

النظرية الاقتصادية والاقتصاد الإداري

عبدالله محمود الحوامدة

دار ابن النفيس للنشر والتوزيع

النظرية الاقتصادية والاقتصاد الإداري

النظرية الاقتصادية والاقتصاد الإداري

عبد اللـه محمود الحوامدة

الطبعة الأولى

2020م



المملكة الأردنية الهاشمية
رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية
(2019/2/1006)

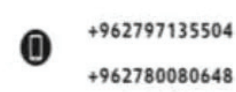
338.5
الحوامدة، عبدالله محمود

النظرية الاقتصادية والاقتصاد الإداري/ عبدالله محمود الحوامدة

- عمان، دار ابن النفيس للنشر والتوزيع 2019.
( ) ص: ر.إ: 2019/2/1006
الواصفات:/الاقتصاد الاداري// التحليل الاقتصادي // الاقتصاد/

2ISBN- 978-9923-24-005-2
الطبعة الأولى: 2020م







المقدمة

الاقتصاد الإداري هو ذلك العلم الذي يسعى إلى الاستفادة من نتائج النظرية الاقتصادية والهيكل العام للتحليل الاقتصادي وأساليبه في اتخاذ القرارات الإدارية المتعلقة بالمشكلات التسويقية والإنتاجية والمالية التي تواجه المدير أثناء ممارسته للعملية الإدارية ومن خلال الظروف المحيطة به والتي تمس في جوهرها كيفية تحقيق التخصيص الأكفأ للموارد المحدودة على الاستخدامات العديدة البديلة والمتنافسة.

ويتناول الاقتصاد الإداري الكيفية التي يتم من خلالها ربط النظرية الاقتصادية والأساليب الكمية لعلوم القرار بالبيئة الواقعية لنشاط الأعمال الإدارية والتسويقية والإنتاجية، فالاقتصاد الاداري هو تطبيق أو استعانة بالنظرية الاقتصادية الجزئية بصفة خاصة والنظرية الاقتصادية الكلية بصفة عامة لاتخاذ القرارات الادارية للمشروع الاقتصادي والمتعلقة بالمشاكل الانتاجية والتسويقية والمالية التي تواجه المدير أثناء ممارسته وظائفه الادارية المختلفة من تخطيط وتنظيم وتوجيه ورقابة معا مما يحقق الكفاءة الاقتصادية للمشروع.

تمهيد

الاقتصاد الإداري يتكون من كلمتين اولاهما الاقتصاد وهو تصرف الناس في كيفية الانتاج والتوزيع والاستهلاك للخدمات والمواد والبضائع. والكلمة الثانية الادارة وهى علم تنظيم وتخصيص موارد المؤسسة لإدراك اهداف المؤسسة المنشودة. من التعريفين السابقين ندرك العلاقة بين الاقتصاد والإدارة. ولذلك يمكن دمج الكلمتين لنعرف الاقتصاد الإداري بانه علم استخدام التحليل الاقتصادي لصناعة القرارات العملية مع التوظيف الامثل لموارد المؤسسة النادرة، يعتبر الاقتصاد الإداري من العلوم الحديثة الهامة حيث أنه يمد الدارس بالأساسيات اللازمة لدراسة العلوم الاخرى مثل التمويل والتسويق وبحوث العمليات والمحاسبة الادارية وغيرها.

وهناك تعاريف اخرى للاقتصاد الإداري منها:

أ- هو استخدام التحليل الاقتصادي في تشكيل سياسات المؤسسة

ب- تطبيق نظريات الاقتصاد الجزئي وتقنيات كمية اساسية لمجالات اخرى مثل:

- البرمجة الخطية (علم الادارة)
- تحليل الانحدار (اقتصاد واحصاء وادارة)
- اصول الموازنة (مالية)
- تحليل التكاليف (محاسبة اقتصادية وتكاليف)

أهمية الاقتصاد الاداري

نظرا للحاجة الملحة لدراسة الاقتصاد الاداري انطلاقا من اهميته البالغة نتيجة للتوسع والتطور الذي يلازم عمل المشروعات في الوقت الحاضر والتي تمارس من خلاله نشاطات تتصل بإنتاج السلع او تقديم الخدمات،اذ ان المشروعات الخاصة تهدف اساسا الى تحقيق اكبر ربح ممكن عن طريق العمل على تحقيق اكبر عائد ممكن باقل تكلفة ممكنة،وان المشروعات العامة تهدف اساسا الى تحقيق

اكبر نفع اجتماعي ممكن عن طريق العمل على زيادة انتاج السلع والخدمات بأقصى قدر ممكن وباقل تكلفة ممكنة مع وجود مشروعات عامة تهدف الى تحقيق الارباح.

ويمكن تحقيق هدف المشروعات العامة والخاصة من خلال:

1- العمل على التخصيص الكفئ او التوزيع السليم للموارد.

2- العمل على حسن استخدام الموارد.

وتبرز اهمية وضرورة دراسة موضوع الاقتصاد الاداري نتيجة لعوامل عديدة اهمها:

1- التوسع في حجم المشروعات وزيادة درجة تركزها والتنافس فيما بينها.
2- زيادة درجة التدخل الحكومي في الاقتصاديات المعاصرة واتساع نشاط الدولة.
3- التطورات التكنولوجية المتسارعة سواء المتصلة منها بتكنولوجيا الانتاج والنقل والتسويق والاتصالات والمعلومات.
4- المشاكل المرتبطة بالتقلبات والتغيرات الاقتصادية الناجمة عن هذه التقلبات وما تتركه من تأثير على عمل المشروعات.
5- الترابط الواضح بين الوظائف الادارية (الانتاج والتمويل والتسويق والافراد) من جهة وبين المهام الادارية من الجهة الاخرى.

تعريف الاقتصاد الاداري

يحول العديد من الكتاب تعريف علم الاقتصاد الاداري والذي يطلق عليه البعض (اقتصاديات الادارة) بانه:

- تطبيق النظرية الاقتصادية الجزئية والكلية على المشاكل الادارية في كل من القطاع العام والخاص.
- او انه حلقة الوصل بين علم الاقتصاد وعلم اتخاذ القرارات الادارية.
- او دراسة وتطبيق النظريات والمبادئ الاقتصادية لتحقيق الاستخدام الامثل للموارد الندرة.

ومما سبق يتبين ان:

الاقتصاد الاداري هو العلم الذي يتم من خلاله استخدام النظرية الاقتصادية والتحليل الاقتصادي في اتخاذ القرارات الادارية التي تؤدى عن طريقها المشروعات نشاطاتها المختلفة مثل نشاط الانتاج والتسويق والانشطة المالية التي تواجه المدير اثناء ممارسة العملية الادارية.

النظرية الاقتصادية هي عبارة عن:

1- دراسة وتحليل كيفية عمل النشاطات الاقتصادية.
2- دراسة العلاقة التي تربط هذه الظواهر والمتغيرات الاقتصادية.
3- التنبؤ بالنشاطات والظواهر والمتغيرات الاقتصادية.

اما التحليل الاقتصادي فهو:

1- الادوات والاساليب التي تستخدم من اجل دراسة النظرية الاقتصادية.
2- تحليل ودراسة القوانين الاقتصادية.
3- التنبؤ بما ستكون عليه الظواهر والمتغيرات الاقتصادية لاحقا.
4- ومن هذه الوسائل والادوات التي تستخدم في التحليل الاقتصادي (علم الاحصاء والمحاسبة والرياضيات والاساليب القياسية).

الفصل الأول

النظرية الاقتصادية واتخاذ القرار الإداري

التوازن في الفكر الاقتصادي

يعتبر مصطلح التوازن من المصطلحات والمفاهيم القديمة في الاقتصاد، وقد اهتمت النظريات الاقتصادية في الأغلب الأعم من تحليلاتها بتحليل التوازن ومفاهيمه وكيفية تحقيقه.

ويقصد بالتوازن عموما تعادل القوى المتضادة التي تؤثر في مستوى الظاهرة موضوع الدراسة.

و المتفق عليه أنّ التوازن بصفة عامة يعرف بأنّه الوضع الذي يتسم بالاستقرار ما لم تتغير العوامل المحددة له. وقد حظي موضوع التوازن بعدة تعاريف نذكر منها:

- التوازن هو الحالة الاقتصادية والمالية التي تتعادل فيها قوى كلية أو جزئية أوكلاهما، إذا ما توفرت شروط وظروف محدّدة بحيث أنّ عدم استمرار إحداهما أو نقصه أو زيادته مع ثبات غيره ممكن أن يؤدي من خلال العلاقات والتأثيرات المترابطة عبر الوحدات الاقتصادية في الاقتصاد القومي إلى اختلال يطول أو يقصر أجله إلى أن تسحدث عوامل مضادة تعمل في عكس الاتجاه المخل ليعود التوازن الاقتصادي سيرته الأولى[1].

- كذلك هناك من يعرف التوازن بأنّه الوضع الذي إذا تعذر الوصول إليه مع عدم وجود أيّ حاجز بالابتعاد سيظل كما هو ما لم يحدث أيّ مؤثرات خارجية تؤدي إلى ذلك ومن ثمة يمكن القول أنّ التوازن هو وضع ثبات نسبي[2]

وتفسير ذلك أنّه في النظرية الاقتصادية تتم دراسة العديد من الظواهر الاقتصادية كالإنتاج أو التضخم أو البطالة أو العرض أو الطلب.....الخ، وتتم دراسة العديد من المتغيرات والمؤشرات الاقتصادية ذات الصلة بهاته الظواهر وكل متغير يأخذ قيما مختلفة تتغير صعودا أو هبوطا وقد تستقر لفترة معينة عند قيمة معينة أو مستوى معين، وهذه القيم المختلفة تتأثر بعدد لانهائي من المتغيرات والمسببات وإذا لم يتواجد ما يغيّر هذه المؤثرات والعوامل التي تدفع إلى تغيير قيمة

---

[1]- مبارك حجير، التوازن الاقتصادي وإمكانياته للدول العربية، مكتبة الأنجلو مصرية، بدون سنة نشر ص51.

[2]- نعمت الله نجيب إبراهيم، أسس علم الاقتصاد، للتحليل الجمعي – جامعة الإسكندرية-، 2000، ص22.

المتغير فإنّ هذه القيمة تعرّف بالقيمة التوازنية، وفي النظرية الاقتصادية الأمثلة عديدة كالسعر التوازني، الكمية المتوازنة، الدخل التوازني...الخ.

سعر التوازن مثلا هو السعر الذي تتساوى عنده الكميات المطلوبة مع الكميات المعروضة في السوق، أو الذي تتوازن عنده قوى الطلب من جانب المشترين مع قوى العرض من جانب البائعين وبالتالي يقال للكمية التي يتحدد عندها ثمن التوازن كمية التوازن.

كما يعرف التوازن على أنه تلك الحالة التي يمكن أن تبقى دائما طالما لم يحدث أي تغيير في الظروف المؤدية إليها[1].

من هذا التعريف يتضح أنّه ركز على حالة التشغيل الكامل أي صفة الثبات معتمدا في ذلك على الفكر التقليدي الذي ينطلق من شرط توازن الاستخدام الكامل، هذا بالإضافة إلى بعض الدراسات التي تناولت تحليل مفهوم التوازن الاقتصادي العام بمفهوم الاختلال والتي عرفت اختلال التوازن بأنّه الاختلال بين حجم الموارد المتاحة ذاتيا وبين حجم الاحتياجات الفعلية التي يحتاجها المجتمع أي أنّ الاقتصاد هنا يكون في حالة اختلال توازني إذا ماكان يستخدم موارد أكثر مما يملك في الواقع، حيث أنّ اختلال التوازن الاقتصادي العام ينعكس في مجالين اقتصاديين هما اختلال التوازن الاقتصادي الداخلي واختلال التوازن الخارجي.

ومن هنا يتضح أنّ التوازن على مستوى الوطني يتحقق عندما يتساوى الطلب الكلي مع العرض الكلي وعندما لا يكون هناك دوافع للتوسع أو الانكماش بزيادة الطلب الكلي أو العرض الكلي خلال الفترة القصيرة.

أشكال التوازن الاقتصادي

لقد أخذ التوازن أشكال مختلفة باختلاف وجهة نظر الاقتصاديين له من جهة والهدف المنشود من جهة أخرى ومن هذه الأشكال نذكر ما يلي.

التوازن الجزئي والتوازن الكلي

[1]- دانيال أرلوند، تحليل الأزمات الإقتصادية، ترجمة عبد الأمير شمس الدين، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 1992، ص141.

إن نظرية التوازن الجزئي تهتم بدراسة التوازن على المستوى الجزئي أي توازن الفرد أو المؤسسة أو القطاع، حيث أنّ توازن الفرد يتحقق عند تعادل مستخدماته مع منتجاته، أما توازن المؤسسة يتحقق عندما تتعادل إيراداتها مع نفقاتها.

أما التوازن الكلي هو تلك الحالة التي تكون فيها كافة التدفقات والسلع على المستوى الوطني ثابتة أي انعدام صافي التدفقات وبالتالي ضرورة تساوي الادخار مع الاستثمار، ولهذا يتميز التوازن الكلي بقدرته على تتبع مسار المتغيرات الإجمالية في الاقتصاد الوطني والتأثيرات المتبادلة فيما بينها.

إن شرط تحقيق التوازن الكلي قد يتحقق بالرغم من وجود إختلالات في التوازنات الجزئية شريطة أن تتعادل مجموع الفوائض المنبثقة عن تلك الإختلالات حيث يتجه كل من الإنتاج والتوظيف والأسعار إلى الانخفاض في الاسواق التي تعاني من فائض في العرض، في الوقت الذي يتجه للارتفاع في الأسواق التي تواجه تضخما[1].

التوازن قصير الأجل والتوازن الطويل الأمد

يقصد بالأول هو تلك الحالة التي تكون فيها التدفقات ثابتة بحيث لا يكون لها ميل إلى مزيد من التغير على الأقل في الزمن القصير مع إمكانية تغيير المخزون لاحقا، الذي يعمل هو الآخر على تغيير التدفقات مما يؤدي إلى اختلال التوازن السلعي والتدفقي الكامل أي أنّ التوازن في المدى القصير يتجاهل التغيرات السلعية في المدى القصير لضآلتها نسبيا مع مقارنتها مع الحجم الكلي للسلع، أما التوازن الاقتصادي على المدى الطويل يتحقق عندما يكون توزيع مجموع المواد بحيث تصبح الإيرادات الإنتاجية الحدية النسبية متعادلة في جميع الزيادات البديلة من جهة إضافة إلى تمكن المؤسسات من استخدام مواردها في المجالات الأقل تكلفة بحيث يتعادل الناتج العيني الحدي لقيمة كل وحدة نقدية في مجموعها[2].

[1]- صقر أحمد صقر، النظرية الإقتصادية الكلية، وكالة المطبوعات، الكويت، 1988، ص115.

[2]- مبارك حجير، التوازن الإقتصادي، المرجع السابق، ص132.

ومنه المحافظة على المستوى التوازني للدخل في الزمن القصير تتطلب ضرورة مساواة الادخار مع الاستثمار في حين يتطلب الوصول إلى مستوى التوظيف الكامل في المدى الطويل زيادة استثمار اليوم دائما عن ادخار الأمس[1]، أي مع مرور الأيام يستلزم أن يكون الاستثمار أكبر من الادخار بهدف الوصول إلى التوظيف الكامل.

التوازن الساكن والتوازن الحركي

يقصد بالتوازن الساكن هو تلك الحالة التي تستقر عندها قيم المتغيرات موضوع الدراسة أي عدم وجود ضغوط أو قوى تعمل على تغيير تلك القيم لكن هذا لا يمنع من حدوث اختلال بعد مرور الزمن، فقد يختل التوازن في مركزه.

إن هذا النوع من التوازن لم يهتم بتحديد المدى الزمني اللازم لحركة المتغيرات بين الأوضاع التوازنية، كما أن منهجه لا يوفر الثقة في الوصول إلى وضع توازني جديد بل على العكس من ذلك قد تنحرف المتغيرات عن مسارها نحو التوازن الجديد مما قد يؤدي بنا إلى نتائج خاطئة[2]، ونظرا للانتقادات التي وجهت للنوع الأول تمّ استخدام النوع الثاني من التوازن والمتمثل في التوازن الحركي حيث يتحقق التوازن في نظر مستخدمي هذا المفهوم (الحركي) إذا ما توفرت له الظروف والعوامل المناسبة ثم ما يلبث أن يفسح المجال أمام اختلال جديد إثر تدخل عوامل وظروف جديدة محل الاختلال الأول[3]

التوازن الناقص والتوازن الكامل

يقصد بالأول هو ذلك التوازن الذي يكون قبل الوصول إلى التشغيل الكامل، أي أن هذا التوازن يتحقق بالرغم من وجود بعض عوامل الإنتاج عاطلة وهذا ما ركز عليه كينز أين قسم التشغيل إلى مستويات واعتبر أن التشغيل الكامل هو واحدا من هذه المستويات غير أن هذا النوع صعب التحقيق وخاصة في ظل سيطرة الاحتكارات التي تهدف دائما إلى الوصول إلى مستوى من الإنتاج والذي

---

[1]- فايز إبراهيم الحبيب، نظريات التنمية والنمو الإقتصادي، جامعة الملك سعود، الرياض، 1985، ص78.

[2]- مايكل ابدجمان، الاقتصاد الكلي النظرية والسياسة، دار المريخ للنشر، الرياض، ترجمة محمد إبراهيم منصور، 1988، ص29.

[3]- صقر أحمد صقر، مرجع سابق، ص31.

يحقق بدوره أقصى ربح ممكن بغض النظر عن الآثار المترتبة عن ذلك والتي تنعكس على الاقتصاد الوطني.

وفي حالة ما إذا عجزت آلية السوق على تخصيص الموارد عن طريق تنسيق بين قرارات المنتجين والمستهلكين تجنبا لسوء توزيع الموارد، فهنا تتدخل الدولة لإعادة توزيع الموارد بين مختلف الاستخدامات بصورة تضمن دفع الاقتصاد إلى مركز التوازن، الذي يسمح باستغلال كل الموارد المتاحة وعندها نكون أمام التوازن الكامل.

النظرية الاقتصادية

هي مجموعة القواعد والمبادئ الخاصة بشرح سلوك الظواهر الاقتصادية المختلفة والتي تكون بمثابة المرشد في اتخاذ القرارات، وذلك في ظل مجموعة من الظروف.و يشتمل بناء النظرية على ما يلي:-

1- شرح مجموعة من التعاريف Definitions لتوضيح المقصود بالتعبيرات و المفاهيم الاقتصادية المستخدمة.

2- وضع مجموعة من الافتراضات الشرطية Assumptions التي تحدد الظروف التي لابد من توافرها لانطباق النظرية.

3- وجود واحد أو أكثر من الفروض الاحتمالية Hypotheses عن كيفية سلوك بعض الظواهر. ولاكتمال النظرية لابد من اختبار الفروض للتأكد من أن المشاهدات تؤيد هذه الفروض ليتم قبول النظرية، وإلا ترفض النظرية.

وتنقسم النظرية الاقتصادية إلى فرعين رئيسيين هما: النظرية الاقتصادية الجزئية والنظرية الاقتصادية الكلية. النظرية الجزئية التحليل الاقتصادي الجزئي Microeconomics تتعامل مع الوحدات الفردية في الاقتصاد كالفرد والأسرة والمنشأة، حيث تركز على سلوك المستهلك والكيفية التي يوزع بها دخله بالإنفاق على مختلف السلع والخدمات. كما يهتم الاقتصاد الجزئي بسلوك المنتج لتحديد مستوى الإنتاج، و اتخاذ القرارات المتعلقة بالتسعير الذي تمكن المنشأة من تعظيم أرباحها. وعلى النقيض من ذلك نجد النظرية الكلية أو التحليل الاقتصادي الكليMacroeconomics تتناول دراسة المواضيع الاقتصادية الكلية،

فتتعامل مع الاقتصاد القومي في مجموعه متجاهلة الوحدات الفردية. وبالتركيز على الاقتصاد القومي في مجمله، فإن الاقتصاد الكلي يهتم بالناتج الكلي للاقتصاد والمستوى العام للأسعار وليس بالناتج ومستوى الأسعار في منشأة بعينها.

ويعتمد الإداري على التحليل أو النظرية الاقتصادية في نوعين من القرارات:-

1- قرارات تخص العمليات التشغيلية الداخلية للمشروع.

2- قرارات تخص علاقة المشروع بالبيئة الخارجية.

ففيما يخص النوع الأول من القرارات نجد الإداري يستفيد بالنظرية الجزئية والتي تعد بمثابة العمود الفقري للاقتصاد الإداري من حيث اهتمامها بدراسة مبادئ وأدوات التحليل والنظريات التي تفسر سلوكية الوحدة الاقتصادية المنفردة و خاصة المنشأة أو المنتج وهي بصدد توجيه الموارد المتاحة نحو الاستخدامات البديلة لتحقيق أهداف معينة. فالقرارات الداخلية والخاصة بالعمليات التشغيلية للمشروع تتميز بإمكانية السيطرة عليها من قبل الإدارة والقدرة على التحكم فيها كاختيار نوع السلعة المنتجة، وحجم إنتاجها، وأسعار بيعها وما إلى ذلك. والنظرية الجزئية بأدوات تحليلها المختلفة تقدم خلفية صالحة للتعامل مع هذه الموضوعات، فنظرية الطلب تقدم التفسيرات المنطقية لمعنى الطلب ومحدداته ومرونته وتحديد الأسعار، بينما تعنى نظرية الإنتاج بتوضيح فكرة التكاليف والإيرادات والحجم الأمثل للإنتاج، وهكذا.

أما عن النوع الثاني من القرارات والخاص بالبيئة الخارجية للمشروع فإن مشاكله تستعين بالنظرية الاقتصادية الكلية لكونها تتصل بالاقتصاد القومي و بالبيئة السياسية والاجتماعية للدولة. كما وأن الاقتصاد الكلي يلعب دوره المهم أيضاً في القرار الإداري من حيث اهتمامه بالأطر الشمولية للاقتصاد ككل، فمفاهيم التجارة الخارجية بشقيها الصادرات والواردات وأسعار تبادل العملات و تنقلات رؤوس الأموال و السياسات الحكومية المالية منها و النقدية هي موضوعات قومية لها تأثير لا يستهان به على القرارات الإدارية. وإن كانت هذه المشكلات تقع خارج حدود سيطرة المشروع المباشرة عليها، إلا أن استيعاب تلك المشكلات وأسبابها والتعرف على حلولها يجنب المشروع الكثير من المشكلات التي قد يتعرض لها أو على الأقل يخفف من حدتها.

الاقتصاد الجزئي والاقتصاد الكلي

تقسم دراسة النظرية الاقتصادية على مجالين واسعين هما

* الاقتصاد الجزئي Micro – Economics ويتعلق بنشاط الإفراد Individuals و المشروعات Firms، ويركز على كيفية تحديد الأسعار والكميات المطلوبة والمعروضة من السلع والخدمات وفق الأسعار المعلنة أي ما لذي يدفع الفرد على شراء سلعة ما كونه مستهلكا أو ما لذي يدفعه لإنتاجها كونه منتجا.

* الاقتصاد الكلي Macro – Economics ويتعلق بالنشاط الاقتصادي الوطني ككل أي، إذ يتضمن دراسة الإنتاج الكلي ومستوى الاستخدام (البطالة) والمستوى العام للأسعار (التضخم) ويتناول الدورات التجارية ويحلل السياسات المالية والنقدية والسياسات التجارية والضريبية ويقيس ويحلل معدلات النمو الاقتصادي.

النظام الاقتصادي

يعدّ النظام الاقتصادي جزءاً لا يتجزأ من النظام الاجتماعي العام يتأثّر به ويؤثّر فيه. وعرّف "أنتونيلي Antonelli "النظام الاقتصادي بأنه: مجموعة من العلاقات والمؤسسات التي تميز الحياة الاقتصادية لجماعة محددة في الزمان والمكان[1].

و يعرف "صومبارات Sombart " النظام الاقتصادي بأنه: المظهر الذي يجمع بين العوامل الثلاثة التالية[2]:

1- الروحية: أي الدوافع البارزة للفعاليات الاقتصادية (كأن يكون الاقتصاد في سبيل السيطرة و الحرب، أو في سبيل الكسب الآني و السريع أو في سبيل تطبيق مبدأ من مبادئ المثالية...إلخ).

1- الموسوعة العربية (النسخة الإلكترونية)، "الأنظمة الاقتصادية"، نقلا عن الموقع: http://www.arab-ency.com/index.php?module=pnEncyclopedia&func=display_term&id=149845

2- أنطوان أيوب، مرجع سبق ذكره، ص 53.

2- الشكل: و هو مجموعة العوامل الاجتماعية و الحقوقية و القانونية التي تحدد إطار الحياة الاقتصادية (نظام الملكية، نظام العمل، علاقات الإنتاج، دور الدولة في الحياة الاقتصادية).

3- الماهية: و هي مجموعة الوسائل و الطرق التقنية التي تجري بواسطتها التحولات المادية في الزراعة و الصناعة و التجارة (الآلة اليدوية، الميكانيكية، التكنولوجية الصناعية...)

وتتحدد طبيعة النظام الاقتصادي من التداخل المنطقي بين العناصر الثلاثة المذكورة. ويؤكد "صومبارات" أن عنصر الشكل هو المحدد الرئيسي لطبيعة النظام؛ لأنه تعبيرٌ عن الروحية التي تعكس في النهاية بالخلفية الفكرية (العقيدة) التي يقوم عليها النظام. وتتوافق الروحية أيضاً مع مستوى معين من تطور وسائل الإنتاج[1].

و هناك من يذهب في تحديد معنى النظام الاقتصادي إلى تعريفه من خلال ثلاثة عناصر أساسية: المذهب الفكري، القوى الإنتاجية، العلاقات الإنتاجية، هذه العناصر الثلاثة تشكل في مجموعها النظام الاقتصادي، و لا بد من اجتماع هذه العناصر الثلاثة لكي يوجد أي نظام اقتصادي أصلا: فبدون العلاقات الإنتاجية ليس من المتصور إمكانية تطبيق مذهب فكري معين، غير أن وجود مذهب فكري لا يعني بالضرورة توافر القوى الإنتاجية، و العلاقات الإنتاجية الكفيلة بوضعه موضع التنفيذ، كما أنه لا يعني حتمية أو إمكانية تطبيق المذهب الفكري[2].

ويمكن تعريف النظم الاقتصادية بأنها التنظيم الخاص بإنتاج و توزيع و تبادل و استهلاك السلع و الخدمات المستخدمة من جانب الإفراد لتحقيق مستوى معيشي محدد قد يكون للنظم الاقتصادية درجات مختلفة من التحكم المركزي و الملكية الخاصة بالإضافة إلى آليات التبادل المختلفة و عليه توجد أربعة أنواع من النظم الاقتصادية.

و يمكن القول بأن النظام الاقتصادي يتكون من القواعد والقوانين والتقاليد والمبادئ التي تحكم عمليات الاقتصاد القومي. ويتم من خلالها استخدام الموارد الإنتاجية لإشباع الحاجات الإنسانية وهناك أربعة أنواع من الأنظمة الاقتصادية.

1- الموسوعة العربية (النسخة الإلكترونية)، "الأنظمة الاقتصادية"، مرجع سبق ذكره.

2- مختار عبد الحكيم طلبة، مقدمة في المشكلة الاقتصادية، كلية الحقوق، جامعة القاهرة،2007، ص 25.

1- نظام اقتصاد السوق (الحر): و هو نظام يسعى لتحقيق الأهداف الاقتصادية المحددة من خلال الملكية الخاصة و حرية الاقتصاد الفردي و المنافسة و حافز الربح و نظام سعر السوق. و من المتوقع أن يؤدي تشجيع نظام السوق الحرة لإتباع الفرد لمصلحته الاقتصادية الذاتية إلى توفير نتائج كافية و فعالة تخدم مصلحة المجتمع. وفيه تكون جميع الثروة مملوكة للإفراد وان المشكلة الاقتصادية في هذا النظام تحل من خلال نظام (آلية الأسعار) والتي تعني إن التغيرات في حاجات المستهلكين تؤدي إلى التغيرات في الأسعار، وان التغيرات في الأسعار تعود إلى التغيرات في الإنتاج (العرض)، لذا فان التغيرات في الحاجات تؤدي إلى تغيرات في الإنتاج وبالتالي العرض، ويدعى هذا النظام بنظام (سيادة لمستهلك).ولا تتدخل ألدوله في هذا النظام إلا لمنع بعض الإفراد والمؤسسات من تغير هذه الاليه.

2- النظام الاقتصاد المركزي: planned Fconomy

و يعتمد هذا النظام على الملكية العامة و التحكم المركزي في وسائل الإنتاج. وفي هذا النظام تتحكم سلطة مركزية محددة في الخطط الاقتصادية و هناك دور بسيط للإفراد لمشاركة في رسم السياسات الاقتصادية. وفي هذا النظام فان عملية تخصيص الموارد و استخدامها يتمان من خلال نظام الإدارة المركزية فأن قرارات الإنتاج و الاستهلاك و الاستثمار تتخذها السلطة المركزية أن مشاكل الإنتاج وكذلك مشاكل التوزيع ومسائل النمو تحل من خلال سلطة التخطيط المركزي في الدولة وذلك استناداً للملكية الاجتماعية للثروة.

3- نظام الاقتصاد المختلط: Mixed Economy

و هو يضم عناصر مختلفة من نظام السوق الحرة و النظام المركزي ففي نظام الاقتصاد الحر أو المشروع الحر تؤخذ القرارات من قبل الأفراد وفي الاقتصاد المخطط تؤخذ القرارات من قبل الدولة، لكن في الاقتصاد المختلط بعض القرارات تتم من خلال الدولة (القطاع العام The public sector) وبعضها الآخر من قبل (القطاع الخاص The Private sector).

4-النظام الاقتصادي التقليدي: و هو نظام يقوم على العادات و الأعراف معتمدة في اغلب الأحيان على أساليب تكنولوجيه بسيطة نسبيا.

فرضيات النظريات الاقتصادية

1:- فرضية بقاء الاشياء الاخرى على حالها Ceteris paribus

و بموجب هذه الفرضية وعند دراسة ظاهرة اقتصادية معينة،وبهدف تبسيط تلك الظاهرة يتم تجريدها من خلال تحييد تأثير العوامل الكثيرة المؤثرة فيها بأستثناء متغير واحد يتم دراسة تـأثيره عـلى المتغير التـابع او الظـاهرة قيـد الدراسـة وذلـك للخـروج بأستنتاج يـفسر تلـك الظـاهرة ويصـلح لأن يتحـول الى قـانون يـفسر سـلوك الظـواهر المشابهة في ظل نفس الشروط وهي ثبات العوامل الاخرى.

وفي حالة نظرية الطلب اعلاه يتم بناء نموذج مبسط يتكون من متغـير تـابع وهـو الكمية المطلوبةQd من سلعة اعتيادية وعلاقتها مع متغـير مسـتقل واحـد وهـو سـعر السـلعة نفسـها p_x وبـأفتراض ثبـات المتغـيرات المسـتقله الاخـرى المـؤثرة عـلى الطلـب (I, P_y, T) كـدخل الفـرد المسـتهلك واسـعار السـلع المكملـة والبديلـة وذوق المستهلك وبذلك يتتم دراسة تأثير تغـيرات سـعر السـلعة عـلى الكميـة المطلوبـة منهـا بـافتراض ان بقيـة المتغـيرات المـذكورة اعـلاه تبقـى كـما هـي ثابتـة وكـما في الصيغة $Q_d = f(p_x)$

2:- فرضية الرشادة والعقلانيةRationality

ان هذه الفرضية تعني ان الافراد يتصرفون بشكل عقلاني ورشيد لتحقيق اهدافهم الاقتصـادية فـالافراد يسـعون الى تحقيـق الاشـباع مـن خـلال نشـاطهم الاقتصـادي، فالفردألمستهلك يسعى الى تحقيق اشباع حاجاته الاساسية، وكذلك الفرد المنتج يسـعى الى تحقيق الربح وبالتـالي الاشـباع ايضـا كفـرد مـن افـراد المجتمع،لـذا فـأن النظريـات الاقتصاديه لا يعنيها السلوك غير العقلاني للافـراد مـن نشـاطاتهم كقيـام بعـض الافـراد بأستهلاك سلع او انتاج سلع مضرة مثل السكائر أو المشروبات الكحوليـة وغيرهـا مـثلا فهو خارج نطاق تحليل النظريات الاقتصادية.

3:- فرضية التعظيم Maximization

وهـذه الفرضـية تعنـي ان الافـراد يسـعون الى تعظـيم اشـباعهم مـن نشـاطهم الاقتصادي فـالفرد ألمسـتهلك يسـعى الى تعظـيم منفعتـه المتحققـه مـن شراءه سـلعة او خدمـه، وكـذلك المنـتج يسـعى الى تحقيـق اقصى ربـح مـن خـلال بيعـه السـلع

والخدمات التي ينتجها وهي مرتبطة بالفرضية الثانية التي تتضمن ان الافراد يتصفون بالعقلانية والرشادة.

وبهدف الوصول الى حالة التعظيم Maximization بالنسبة للمستهلك اي تحقيق اقصى منفعة،وللمنتج تحقيق اقصى ربح، يتم اعتماد التحليل الحدي Marginal Analysis والمقصود بالحدي هو الاخير أو الاضافي وبالتالي فان فان تعظيم منفعة كلا من المنتج والمستهلك تتم من خلال التحليل الحدي او تحليل الوحدة الاضافية فالفرد المستهلك يحسب المنفعة التي يحصل عليها من استهلاك الوحدة الاضافية التي يطلق عليها منفعة الوحدة الاخيرة Marginal Utility ولكون المستهلك رشيد وعقلاني على وفق الفرضية السابقة فهو لن يستهلك وحدة اضافية لا تحقق له اشباع (منفعة)،وكذلك المنتج لن ينتج وحدة عديمة الربح.

السياسة الاقتصادية

يقصد بالسياسة الإقتصادية عامة كل ما يتعلق باتخاذ القرارات الخاصة بالاختيار بين الوسائل المختلفة التي يملكها المجتمع لتحقيق أهداف اقتصادية واجتماعية معينة والبحث عن أفضل الطرق الموصلة إلى تحقيق هذه الأهداف[1].

كما يعرفها البعض بأنّها مجموعة الإجراءات الحكومية التي تحدد معالم البيئة الاقتصادية التي تعمل في ظلها الوحدات الاقتصادية الأخرى، والسياسة الاقتصادية عبارة عن مجموعة الأدوات والأهداف الاقتصادية والعلاقات المتبادلة بينهما[2]، والدولة هي المسؤولة عن إعداد وتنفيذ هذه السياسة.

يتضح من التعاريف السابقة أنّ السياسة الاقتصادية تتمثل في قيام الدولة بخطوات وإجراءات ترمي إلى تحقيق أهداف اقتصادية واجتماعية محددة ولهذا يجب على السياسة الاقتصادية التي تنتهجها الدولة أن تكون قادرة على الوصول إلى أقصى كفاءة عند استخدام الموارد المتاحة لتحقيق أقصى الغايات أو بمعنى آخر استخدام أقل حجما من الموارد لتحقيق أكبر عدد من الأهداف[3].

---

[1] - أحمد زكي بدوي، معجم المصطلحات الإقتصادية، دار الكتاب المصري، 1985، ص83.

[2] - رضا العدل، التحليل الاقتصادي الكلي والجزئي، مكتبة عين شمس، 1996، ص325.

[3] - نعمت الله نجيب وآخرون، مرجع سابق، ص441.

كلما كانت السياسة الاقتصادية تتصف بالكفاءة والفعالية أمكن تحقيق معدلات نمو عالية، غير أنّ هذا الهدف يعتمد على أمرين:

أولا تحقيق التوازن المالي للدولة حيث يتم التنسيق بين الإيراد العام والإنفاق العام، أما الأمر الثاني يتمثل في زيادة حجم المدخرات المحلية لزيادة حجم الاستثمارات.

كما تسعى السياسة الإقتصاية إلى التوسع في الإنتاج بهدف تحقيق فائض يستخدم للتصدير وهنا يجب على السياسة الاقتصادية السعي إلى تكييف الهياكل الاقتصادية مع متطلبات التوسع وذلك لتوجيه الاستثمارات نحو قطاعات معينة، قصد تحقيق الاكتفاء الذاتي ومنه نحو الصناعات التصديرية، وفي هذا المجال يفضل استعمال أدوات السياسة المالية لتحقيق هذا الهدف، إما عن طريق سياسة الإعفاءات والتمييز الضريبي بحيث يتم تشجيع مجالا عن مجال آخر مثل زيادة الإنفاق العام والإعانات والدعم الإنتاجي[1].

من أهداف السياسة الإقتصادية[2]: دعم مرحلة اقتصادية معينة من المراحل التي يمر بها الاقتصاد القومي، ومن الأساليب التي تستخدمها السياسة الاقتصادية لتحقيق هذا الهدف اعتمادها على أدوات السياسة المالية وذلك حسب طبيعة وظروف كل مرحلة، كذلك هناك هدف آخر للسياسة الاقتصادية وهو التقليل من البطالة ومنه الاستفادة من الطاقات المعطلة وأخيرا زيادة الإنتاج ورفع معدل النمو، كما أنّ السياسة الاقتصادية تسعى لتحقيق نوع من لاستقرار في مستوى الأسعار وهو مطلب ضروري، لأنّ ارتفاع الأسعار له آثار سيئة على توزيع الدخول والتجارة الخارجية والعمالة[3].

---

[1]- محمد عفر، أحمد فريد، مرجع سابق، ص337.

[2]- نفس المرجع، ص338.

[3]- رضا العدل، مرجع سابق، ص338.

الفصل الثاني

ماهية الاقتصاد الاداري ونظرية المنشأة

نظرية المنشأة

المنشاة (The Firm) هي منظمة أعمال تقوم بحشد الموارد واستخدامها في إنتاج سلع معينة وتسويقها بأسعار تسمح بتغطية تكاليفها مع تحقيق هامش ربح يبرر الاستمرار في انتاجها. وقد تأخذ المنشاة شكل الملكية الخاصة، كما هو الحال في المنشآت الصغيرة التي يديرها ويعمل فيها مالكوها، أو ان تكون منشاة شراكة محدودة (Partnership)، أو شركة عامة غير محدودة (Common stock Company)، كما في المنشآت الكبيرة بصفة عامة حيث يكون هناك فاصل بين الملكية والادارة.

يرجع وجود الشركات إلى كون الاقتصاديات التي تنشأ عن عمليتي الإنتاج والتوزيع تعود بفوائد جمَّه على المتعهدين والعمال وغيرهم من مالكي الموارد المختلفة. وتفترض نظرية المنشأة بأن الهدف الأساسي لأية شركة يتمثل في معظمة ثروتها أو قيمتها. ويمكن حساب قيمة الشركة هذه من خلال القيمة الحالية لأرباحها المتوقعة في المستقبل. إن المعادلة المعبرة عن ذلك هي:

$$PV = \frac{\pi_1}{(1+r)^1} + \frac{\pi_2}{(1+r)^2} + \ldots + \frac{\pi_n}{(1+r)^n}$$

$$= \sum_{t=1}^{n} \frac{\pi_t}{(1+r)^t}$$

حيث PV هي القيمة الحالية لجميع أرباح الشركة في المستقبل، و π_1، π_2،....، π_n هى الأرباح المتوقعة في كلاً من السنوات n ذات الصلة، و r هو معدل الخصم. ولما كانت الشركات تواجه العديد من القيود والضوابط المتعلقة بالموارد أو النواحي القانونية وغيرها، لذا فإن الحديث هنا يندرج تحت مسمى (الأمثلية المقيدة). وعلى الرغم من وجود نظريات بديلة للمنشأة تفترض وجود أهداف أخرى (أنظر المسائل 1.13 إلى 1.15)، إلا أن معظمة الأرباح أو معظمة قيمة الشركة تظل هي أفضل وأدق المعايير التي يمكن استخدامها للتنبؤ بسلوك الشركات.

مثال: عند معدل خصم 10%، تكون قيمة الشركة التي تحقق ربحاً قدره 100 دولار لكلاً من عامين ويتم بيعها في مقابل 800 دولار عند نهاية العام الثاني هى:

$$PV = \frac{\$100}{(1+0.10)^1} + \frac{\$100}{(1+0.10)^2} + \frac{\$800}{(1+0.10)^2}$$

$$= \frac{\$100}{1.10} + \frac{\$100}{1.21} + \frac{\$800}{1.21}$$

$$= \$90.91 + \$82.64 + \$661.16$$

$$= \$834.71$$

وطبقاً لنظرية المنشأة، تكون هذه هى قيمة PV التي ترغب الشركة في معظمتها.

أهداف المنشاة:

في ظل النظرية التقليدية كان الهدف الرئيسي للمنشأة هو تعظيم الارباح في الاجل القصير وفي ظل النظرية الاقتصادية الحديثة اصبح هدف المنشأة هو تعظيم قيمة المنشأة والذي يعني تعظيم صافي القيمة الحالية للتدفقات النقدية التي تحققها المنشأة.

أهداف المنشآت من خلال النظريات الاقتصادية:

1- النظرية التقليدية: تقوم هذه النظرية علي افتراض مؤداه أن تحقيق أقصي ربح ممكن للملاك هو الهدف الطبيعي والوحيد لأي منظمة. وبناء علي هذا الافتراض، يمكن القول بأن مسؤلية إدارة المنظمة تتحدد في وضع الخطط وتصميم السياسات المختلفة (سياسات الإنتاج والتسعير... الخ) التي تساهم بصورة مباشرة في تحقيق هذا الهدف.

وفي ظل النظرية التقليدية يمكن التنبؤ بسلوك أو اختيارات المنظمة. فافتراض السعي لتحقيق أقصي ربح ممكن كهدف رئيسي ووحيد للمنظمة يعني ان مدير المشروع سيقوم بالاختيار من بين البدائل المتاحة ذلك البديل الذي يحقق أقصي ربح ممكن بغض النظر عن أي اعتبارات اجتماعية أو إنسانية سواء علي مستوي المنظمة التي يعمل فيها أو بالنسبة للمجتمع والبيئة المحيطة. كما أنه من المتوقع إهمال عنصر الزمن في علاقته بالارباح المحققة. بمعني أن مدير المنظمة سيهتم بتحقيق الأرباح في الأجل القصير دون الاهتمام أو النظرة إلي المستقبل.

أما بالنسبة لسياسات الاستثمارات طويلة الاجل، فمن المتوقع أيضاً أن يهتم مدير المنظمة بتلك المشروعات التي تحقق أرباحاً في الاجل القصير. وبالتالي فإن

أساليبة في تقييمه للجدوي الاقتصادية للمشروع ستختلف عن تلك التي يستخدمها مدير آخر يهتم بالتدفقات النقدية للمشروع المقترح في الأجل الطويل آخذاً في اعتباره المنافع الاجتماعية والانسانية لهذا المشروع سواء علي مستوي المجتمع أو المشروع ذاته.

الانتقادات التي وجهت للنظرية التقليدية:

1.أن انفصال الملكية عن الادارة نتيجة لضخامة المشروعات وكثرة عدد الملاك يستلزم الاعتراف بوجود أهداف أخري تحرك سلوك المديرين.

2.أن عنصر الربح لا يمثل المعيار الوحيد – من وجهه نظر الملاك- لقياس فعالية المنظمة، فهنالك اهداف ومعايير اخري عرفت من خلال الدراسات مثل: زيادة المبيعات، حماية وتأمين الاستثمارات، الانتشار الدولي للمنظمة، وفعالية الادراة في المنظمة.

3.تعدد الصعوبات والمشاكل الخاصة بمحاولات تعظيم الارباح وطرق قياسها، مثل حالات عدم التأكد ونقص المعلومات خاصة في الاجل الطويل ازدياد حدة المنافسة بين منظمات الاعمال، التعارض بين السعي لتحقيق اقصي ارباح ممكنة والانتاج والتسعير.

4.أن النظرية التقليدية أغفلت حقيقة مؤداها أن قدرة المنظمة علي تعظيم الارباح هي دالة في متغيرات عديدة مثل (مدي توفر المعلومات والبيانات الخاصة بسوق البيع وشراء عوامل الانتاج- أهداف وسلوك المستهلكين – اسعار عوامل الانتاج والعوامل المؤثرة في الطلب تتأثر بدرجة كبيرة بمتغيرات بيئية سياسية واقتصادية واجتماعية)

5. ان سياسات الانتاج والتسويق والتمويل تتأثر الي حد كبير بسياسات المنافسين، ويالتالي فإن تحقيق اقصي ربح ممكن هو هدف لا يتحقق بدرجة كبيرة إلا في حالات الاحتكار.

2- النظريات الحديثة:

ترتب علي انفصال الملكية عن الادارة، والانتقادات التي وجهت إلي النظرية التقليدية ظهور عدد من النظريات الحديثة التي قدمت تحليلاً أكثر واقعية لأهداف واختيارات المنشآت. وتقوم هذه النظريات ببساطة علي ان هدف المنشآت ليس

فقط تحقيق أقصي ربح في المدي القصير ولكن تعظيم قيمة المنشأة في المدي الطويل. ويمكن تقسيم هذه النظريات الي مجموعتين رئسيتين. المجموعة الأولي: وتشمل نظريات المنافع Maximising Benefits/ Maximising a function of the firm. أما المجموعة الثانية: فتنطوي علي النظريات السلوكية. وفيما يلي عرضاً مختصراً لهذه النظريات:

أولاً: نظريات تعظيم المنافع:

وتتميز هذه المجموعة من النظريات بأنها تري أن مهمة المنظمة هي تعظيم هدف معين، وأن مدي تحقيق المنظمة لهذا الهدف يتم تحديده أو قياسه عادة في ضوء احد المعايير المالية مثل الربح أو السيولة. والاهم من هذا هو النظرة طويلة الأجل للمنافع أو الأهداف التي تسعي المنظمة لتحقيقها. وتنقسم هذه النظريات إلي:

أ- نظرية تعظيم المبيعات:

وطبقاً لهذه النظرية فإن هدف المنظمة الرئيسي هو زيادة المبيعات.

ب- نظرية تعظيم النمو:

وتقوم هذه النظرية علي افتراض أساسي مؤداه أن النمو الحالي والمتوقع للمنظمة ككل أو لبعض أنشطتها وتعظيم معدل هذا النمو يعتبر هدفاً رئيسياً يحرك سلوك أي منظمة ليس فقط لزيادة الأرباح في الأجل الطويل بل أيضاً زيادة المبيعات ونموها في نفس الاجل.

ج- نظرية تعظيم ثروة الملاك: تعتبر هذه النظرية بديلاً للنظرية السابقة. وتقوم فلسفة هذه النظرية علي افتراض أن تعظيم القيمة الحالية لثروة الملاك تعتبر من الاهداف الهامة لأي منظمة. ويمكن تقدير أو قياس ثروة الملاك- وفقاً لهذه النظرية – من خلال التدفقات النقدية المتوقعة خلال حياة المنظمة وذلك باستخدام نموذج القيمة الحالية Present Value Model. فإذا تمكنت الادراة من تقدير التدفقات النقدية للمنظمة خلال فترة زمنية معينة فإنه من الممكن باستخدام نموذج القيمة الحالية أن نعرف الآن قيمة ما تساوية ثروة الملاك في المستقبل.

ثانياً: النظريات السلوكية:

يمكن تناول هذه النظرية من مدخلين أساسيين:

المدخل الأول: هو مدخل تعدد الأهداف، والمدخل الثاني: هو مدخل المنفعة الادارية. وإذا كان بعض الكتاب يري أن كل من مدخل يمثل نظرية مستقلة، فإننا ننظر إلي كل مدخل باعتبارة دعامة أساسية في بناء النظرية السلوكية، وطبقاً لهذه النظرة المتكاملة والشاملة للنظرية السلوكية يمكن تناول دعامات هذه النظرية علي النحو التالي:

أ- تعدد الأهداف: ترتكز هذه الدعامة علي العلاقات المتداخلة والدوافع الخاصة بمختلف المجموعات او الاطراف التي تشارك في إدارة وتنفيذ أنشطة المنظمة. وتتميز بذلك النظرية السلوكية عن غيرها من النظريات السابقة بالاعتراف بوجود أكثر من هدف تسعي المنظمة لتحقيقه. كما أن فكرة التعظيم لهدف معين (مثل تعظيم الربح أو تعظيم المبيعات..الخ) قد تم استبداله بفكرة أخري هي الإرضاء أو المستوي المرضي من النتائج أو المنافع المعينة سواء لمتخذ القرار ذاته أو لاطراف التعامل مع المنظمة كالموردين، والمديرين، والعملاء، والملاك والعمال، والمجتمع....إلخ. فالمنظمة هي بمثابة تحالف للمصالح أو الاهداف الخاصة بكل طرف من الاطراف التي تتعامل معها. وأن نجاح المنظمة وفعاليتها تقاس في هذه الحالة بمدي قدرتها علي تحقيق رضا هذه الأطراف رغم ما قد يحدث من تعارض بين طرق وأساليب تحقيق أهداف كل طرف بالمقارنة بالآخر.

ب- المنفعة الإدارية: ترتكز هذه الدعامة علي ثلاث افتراضات رئيسية:

1. نتيجة لانفصال الملكية عن الادارة فإن أهداف الملاك تختلف عن أهداف المديرين. فبينما يعتبر تعظيم الأرباح الهدف الرئيسي للملاك، نجد أن المديرين يسعون إلي تحقيق أهداف وإشباع حاجات أخري (تختلف عن هذا الهدف) من أمثلتها: تأمين وضمان الوظيفة، زيادة المرتبات، تحسين الوضع الاجتماعي، اتساع نطاق السلطة، تحسين ظروف العمل وشروطه....إلخ.

2. إن معدلات الأرباح في المنظمات التي يديرها الملاك أعلي منها في المنظمات المداره بواسطة مديرين محترفين.

أن المديرين المحترفين لا يهتمون بهدف تعظيم الأرباح.

الأرباح

الأربـاح بشـكل عـام هـى إيـرادات الشركـة مطروحـاً منهـا تكاليفهـا الصريحـة. والتكاليف الصريحة هى مصروفات الشركة السنوية التي تنفقها في صورة أجور عمالـة، أو نفقات اقتراض رؤوس الأموال، أو استئجار الأراضي والمباني أو شراء المـواد الخـام. أمـا الأربـاح الاقتصـادية فإنهـا تسـاوى إيـرادات الشركـة مطروحـاً منهـا كـل مـن تكاليفهـا الصريحة والضمنية. والتكاليف الضمنية للشركة هـي القيمـة النقديـة لعنـاصر الإنتـاج التي تمتلكها الشركة وتستخدمها في عملياتها الإنتاجية. وتشـتمل هـذه التكـاليف عـلى الرواتب التي يمكن أن يحصل عليها رجل الأعمال أو المدير المسئول إذا مـا قـام بـإدارة إحدى الشركات الأخرى، أو العائد الذى يمكن أن تحققه الشركة إذا ما قامـت باسـتثمار رأس مالها وتأجير منشآتها وعنـاصر إنتاجهـا لشركـات أخـرى. ويمكـن أن تنشـأ الأربـاح الاقتصادية نتيجة لبعض الاضطرابات السياسيةأو القوة الاحتكارية. كـما قـد تنشـأ عـن ظهور ابتكارات جديدة أو وجود مستويات مرتفعـة مـن الكفـاءة الإداريـة،أو كنتيجـة لقدرة الإدارة على تحمل قدر كبير من المخاطرة، أو إلى كافـة هـذه العوامـل مجتمعـة. هذا، وتمـدنا الأربـاح الاقتصـادية بـالمؤشرات الدالـة عـلى التوزيـع أو التوظيـف الجيـد للموارد التي يمتلكها المجتمع. وعلى الرغم من أن كلاً من العـاملين في الحقـل التجـاري للأفراد العاديين يستخدمون مصـطلحي الـربح والتكلفـة للإشـارة إلى الأربـاح التجاريـة والتكاليف الصريحة، فسوف يختلف الأمر لـدينا فـيما يـلى مـن فصـول هـذا الكتـاب: حيث ستشير لفظة الربح إلى الأرباح الاقتصادية، ولفظة التكلفة إلى كلاً مـن التكـاليف الصريحة والتكاليف الضمنية.

تعريف القرار

كلما زادت درجة تعقيد البيئة التي تعمل فيهـا الإدارة كلـما زادت أهميـة عمليـة اتخاذ القرار. و القرار يتعلق بالمستقبل، و بالطبع فإن المستقبل غير مؤكد. فكلما زادت درجة تغيير البيئة التي تعمل فيها كلـما زادت درجـة تعقيـد عمليـة اتخـاذ القـرارات. تعتبر عملية صنع القرارات أحد الأدوار الأساسية التي يمارسها المدير عنـد أداء وظـائف التخطيط، التنظيم، التوجيه، و الرقابة.

إن عملية اتخاذ القرارات تتم لمعالجة مشكلات قائمة أو لمواجهة حالات أو مواقف معينة محتملة الوقوع أو لتحقيق أهداف مرسومة[1].

و يتفق الباحثون [2] و الممارسون على أن عملية اتخاذ القرار تنطوي على: "اختيار لبديل واحد من بين بديلين على الأقل". و يشير هذا التعريف إلى الآتي:

1- ضرورة وجود أكثر من بديل واحد متاح للتصرف، حيث أن وجود بديل واحد يشير إلى عدم وجود مشكلة و من ثم لا توجد عملية اختيار أو مفاضلة و بالتالي لا توجد حاجة لاتخاذ قرار.

2- يجب أن تكون البدائل محتملة الحدوث، لأن ظروف التأكد تجعل عملية الاختيار شكلية و من ثم لا يتحقق جوهر عملية اتخاذ القرار.

تعرف القرار على أنه: "الاختيار المدرك بين البدائل المتاحة في موقف معين أو هو عملية المفاضلة بين حلول بديلة لمواجهة مشكلة معينة و اختيار الحل الأمثل من بينها"[3].

كما يعبر عنه: "اختيار بديل واحد من بين بديلين محتملين أو أكثر للتعامل مع مشكلة معينة أو موضوع معين في ضوء بعض المعايير"[4].

و من أجل حل المشاكل التي تواجه المنشآت في وقتنا الحاضر، فمن الضروري التوصل إلى قرارات ناجحة تحقق الهدف أو الأهداف المرجوة منها، و لكي يتم مساعدة أنواع القرارات:

هناك ثلاث أنواع من القرارات صنفها (H. Igor. Ansoff) و هي: القرارات

1- د. حسين علي مشرقي، "نظرية القرارات الإدارية – مدخل كمي في الإدارة"، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة- عمان، الطبعة الأولى، 1997، ص: 22.

2- د. محمد اسماعيل بلال، "بحوث العمليات- استخدام الأساليب الكمية في صنع القرار"، دار الجامعة الجديدة- الاسكندرية، 2005، ص: 267.

3- د. خليل محمد العزاوي، "إدارة اتخاذ القرار الإداري"، دار كنوز المعرفة للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، 2006، ص:21.

4- د. محمد حافظ حجازي، "دعم القرارات في المنظمات"، الناشر دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر، الاسكندرية، الطبعة الأولى، 2006، ص:16.

الإستراتيجية، القرارات الإدارية ثم القرارات العملية.

لهذه القرارات ميزات متعددة نذر منها: الفترة الزمنية، التكرار، مستويات اتخاذ القرار، درجة و عدم التأكد من المعلومات.

القرارات الإستراتيجية:

يقصد بمصطلح استراتيجية العلاقة بين المؤسسة و المحيط الخارجي، مدتها تكون أكثر من 5 سنوات أي تتخذ هذه القرارات في المدى الطويل و لذلك فهي من اختصاص الإدارة العليا (العامة)، و نظرا لأهمية هذه القرارات للمنظمة، فهي تحتاج إلى دراسة و تركيز شديد، نظرا لاعتمادها على التوقعات المختلفة[1].

القرارات الإدارية:

القرارات الإدارية هي القرارات الداخلية للمؤسسة، مدتها تكون أقل من 5 سنوات و أكثر من سنة، تتكرر و ليس بكثرة، تتخذ على مستوى الإدارة الوسيطية، عدم التأكد يكون مرتفع.

القرارات الإدارية تهتم بنوع و بنية المؤسسة، تنظيمها، الحصول على الموارد الضرورية للمؤسسة لكنها تتضمن خطرا أضعف من خطر القرارات الإستراتيجية.

القرارات العملية:

ترتبط هذه القرارات بالإدارة التنفيذية أو المباشرة، تتم على مستوى المدى القصير (أقل من سنة)، تتكرر بكثرة فهي تعالج في الغالب الأمور اليومية أو الأسبوعية: على مستوى المصلحة، الوظيفة،...الخ. درجة عدم التأكد هي ضعيفة جدا.

القرارات العملية هي قرارات استغلال (exploitation) و التسيير العادي للمؤسسة، هدفها تحقيق الأهداف المسطرة من طرف المؤسسة و تتضمن توزيع المهام بين مكونات المنظمة، تخطيط العمليات، تسيير النشطات، و مراقبة العمليات الروتينية.

1- د. سهيل فهد سلامة، "إدارة الوقت- منهج متطور للنجاح"، المنظمة العربية للعلوم الإدارية، 1988، ص: 86.

خطوات اتخاذ القرار:

و يمكن تلخيص مراحل عملية صنع القرار بخمس مراحل و هي[1]:

1- تحديد طبيعة المشكلة/ الهدف المراد تحقيقه.

2- تحديد البدائل.

3- تحليل و تقييم كل بديل.

4- اختيار البديل المثل من البدائل و إصدار القرار.

5- تنفيذ القرار و متابعته و تقييمه.

1- تحديد طبيعة المشكلة أو الهدف المراد تحقيقه:

تعرف المشكلة بأنها انحراف عن الأداء المخطط[2]، و تحديد طبيعة المشكلة يعتبر بمثابة الطريق الذي يجب أن يسير عليه متخذ القرار، إذ يتعين على متخذ القرار أن يضبط كل جوانب المشكلة و يفهمها فهما جيدا[3]، (من حيث المكان و الزمان و الانعكاسات)، فمثلا: إذا كانت المشكلة هي مراقبة جودة منتج معين، فعليه أن يحدد المواصفات الواجب توفرها في هذا المنتج، تحديد المواد الأولية التي تدخل في تركيب هذا المنتج، تحديد متغيرات العملية الانتاجية.

يمكن تقسيم المشاكل حسب التصنيف التالي[4]:

- ✓ مشاكل روتينية- و هي المشاكل التي تتكرر.
- ✓ مشاكل حيوية- و هي المتعلقة بالخطط و السياسات المتبعة في المشروع.
- ✓ مشاكل طارئة- و هي التي تحدث دون وجود مؤشرات على حدوثها و يعتمد علاجها على قدرة المدير في اتخاذ قراره بسرعة و حزم.

2- تحديد البدائل (وضع المشكلة في صورة بدائل):

ما نود التركيز عليه في هذه الخطوة هو أنه من النادر وجود بديل واحد لأية مشكلة (عمل)، لذلك لا بد من وجود عدة أدلة أو براهين لأي عمل و يتم تحديدها

1-د. سليمان محمد مرجان، "بحوث العمليات"، الجامعة المفتوحة طرابلس، الطبعة الأولى، 2002، ص:39.

2- د. محمد اسماعيل بلال، مرجع سابق ذكره، ص: 269.

3- د. محمد راتول، "بحوث العمليات"، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2004، ص: 183.

4- سليمان محمد مرجان، مرجع سابق ذكره، ص: 40.

عن طريق البحث العلمي.

3- تحليل و تقييم كل بديل:

يتم تحليل و تقييم البدائل بواسطة تحديد المتغيرات التي يمكن قياسها بسهولة كالإيرادات، التكاليف، الزمن و غيرها.

4- اختيار البديل الأمثل من البدائل و إصدار القرار:

من الطبيعي أنه يتم اختيار البديل الأمثل من خلال ثلاثة متطلبات و هي: الخبرة، التجربة، البحث و التحليل[1]. و المنطلق الأخير هو الأسلوب الأكثر استخداما و تأثيرا بتحليل المشكلة و اكتشاف العلاقات بين المتغيرات المهمة و كذلك القيود التي لها علاقة بالهدف الذي تسعى إلى تحقيقه أو مجموعة الأهداف التي يجب تحقيقها في آن واحد.

5- تنفيذ القرار و متابعته و تقييمه:

حيث نجد أنه لا تنتهي مهمة متخذ القرار عند تنفيذه بل تتعدى إلى متابعة نتائج التنفيذ و ذلك على مدى نجاح البديل المختار أو الأمثل في علاج المشكلة (تحقيق الهدف المرغوب).

عناصر اتخاذ القرار[2]:

1- الهدف (Objective):

هو النتيجة النهائية التي يجب الوصول إليها و ذلك من خلال تنفيذ بعض الإجراءات على المتغيرات الداخلة و المؤثرة على المشكلة كأن يكون الهدف الحصول على أعلى فائدة (الربح) من جراء إنتاج بعض المواد، أو الحصول على أقل تكلفة في إنتاج مواد أو توزيعها.

2- المتغيرات(Variable):

هي مجموعة العناصر التي تفرض قيودا معينة على الحل مثل المواد

1- سليمان محمد مرجان، مرجع سابق ذكره، ص: 40.

2- يزن مقبل، "مقدمة في بحوث العمليات"، مكتبة المجتمع العربي للنشر و التوزيع، الطبعة الولى، 2005، ص:12.

الأولية الداخلة في إنتاج مادة معينة فقد تفرض هذه المواد قيودا على الحل و ذلك من خلال أسعارها و كمية توافرها و كيفية مشاركتها في إنتاج المادة.

و من أهم النماذج الأكثر استعمالا في الميـدان الاقتصـادي و بالخصـوص في ميـدان بحوث العمليات نجد النموذج الرياضي.

أنواع القرارات الإدارية:

تصنف القرارات الإدارية بموجب عدد من المؤشرات في مجموعـات مختلفـة، وقـد صنفناها فيما يلي بموجب واحد وعشرين مؤشراً:

1 - بموجب مؤشرات الزمن، من حيث المدة التي يغطيها القرار:

القرارات التقليدية:

أ القرارات التنفيذية:

- وهي تتعلق بالمشكلات البسيطة المتكررة مثـل المتعلقـة بالحضـور والانصراف وتوزيع العمل والغياب والأجازات، وكيفية معالجة الشكاوى.
- وهذا النوع من القرارات يمكن البت فيه على الفور نتيجة الخـبرات والتجـارب التي اكتسبها المدير والمعلومات التي لديه.

ب القرارات التكتيكية:

- وتتصـف بأنهـا قـرارات متكـررة وإن كانـت في مسـتوى أعـلى مـن القـرارات التنفيذية وأكثر فنية وتفصيلاً.
- ويوكل أمر مواجهتها إلى الرؤساء الفنيين والمتخصصين.

القرارات غير التقليدية:

أ القرارات الحيوية:

- هي تتعلق بمشكلات حيوية يحتاج في حلها إلى التفاهم والمناقشة وتبـادل الرأي على نطاق واسع، وفيمواجهة هذا النوع من المشكلات يبادر المـدير متخـذ القـرار بـدعوة مسـاعديه ومستشـاريه مـن الإداريـين والفنيـين والقانونيين إلى اجتماع يعقد لدراسة المشكلة، وهنا يسـعى المـدير متخـذ

القرار لإشراك كل من يعنيهم أمر القرار من جميع الأطراف في مؤتمر، وأن يعطيهم جميعًا حرية المناقشة مع توضيح نقاط القوة والضعف.

ب القرارات الاستراتيجية:

- وهي قرارات غير تقليدية، تتصل بمشكلات إستراتيجية وذات أبعاد متعددة، وعلى جانب كبير من العمق والتعقيد، وهذه النوعية من القرارات تتطلب البحث المتعمق والدراسة المتأنية والمستفيضة والمتخصصة التي تتناول جميع الفروض والاحتمالات وتناقشها.

2 -بموجب مؤشرات المكان، من حيث شمولية القرار المكانية:

أ - موضعية أو فرعية تتناول حيزا جغرافيا محدودا.

ب- شمولية، تتناول حيزا مكانيا واسعا.

3 -بموجب مؤشر الحرآة من حيث حركة النظام في السياق الزمني:

أ – آنية: وهي القرارات التي تتخذ بشأن مشكلة ما في فترة أو لحظة زمنية معينة، ثابتة لا تتغير مؤشراتها بتغيير الزمن.

ب- حركية (ديناميكية): وهي القرارات التي تتغير مؤشراتها مع تغيير الزمن.

4 - من حيث دقة المعلومات:

أ - مؤكدة: وهي القرارات التي تقوم على معلومات مؤكدة عن سلوك النظام في الفترة المستقبلية التي يغطيها القرار.

ب- احتمالية: وهي القرارات التي تقوم على معلومات احتمالية عن سلوك النظام في الفترة المستقبلية التي يغطيها القرار وتنطوي على درجة ما من المخاطرة.

5 - من حيث تأثير العامل الذاتي: وهي القرارات التي تتخذ في حالات عدم التأكد وتتوقف على الحالة النفسية أو التقديرات الشخصية لمتخذ القرار وتكون:

أ - متفائلة: وهي القرارات التي تجنح فيها دالة الهدف نحو قيمة عظمى.

ب - متشائمة: وهي القرارات التي تجنح فيها دالة الهدف نحو قيمة دنيا.

ج - معتدلة: وهي القرارات التي تنزع فيها دالة الهدف نحو الاعتدال حول قيمة وسطى.

6 - من حيث تنفيذ القرار:

أ - القرارات القطعية: وهي القرارات غير القابلة للإلغاء أو التعويض.

ب- القرارات غير القطعية: وهي القرارات القابلة للإلغاء أو التعويض.

7 -من حيث أثر القرار على الأفراد:

أ - القرارات الالزامية: وهي القرارات الملزمة للأفراد بالتنفيذ.

ب القرارات غير الالزامية: وهي القرارات ذات الصبغة التوجيهية لا تلزم الأفراد بالتنفيذ.

8 - من حيث تطبيق القرار:

أ- قرارات تنظيمية: وهي القرارات التي تطبق على عدد غير محدود من الأفراد.

ب- شخصية: وهي القرارات التي تطبق على فرد واحد معين من الأفراد.

9 -من حيث مصدر القرار:

أ قرارات فردية: وهي القرارات التي يتخذها فرد واحد مسؤول.

ب- قرارات جماعية: وهي القرارات التي تتخذها مجموعة معينة من الأفراد ذات صفة اعتبارية.

10- من حيث أثر القرار على التنظيم:

أ- قرارات أساسية: وهي القرارات التي يغلب عليها الصفة الدائمة.

ب- قرارات روتينية: وهي القرارات التي تتكرر بصورة مستمرة.

11- من حيث وضوح القرار:

أ - قرارات صريحة: وهي القرارات التي تتناول النشاط المؤسسي بشكل مباشر وصريح ولها صفة الخصوصية.

ب - قرارات غير صريحة: وهي القرارات التي تتناول النشاط المؤسسي بشكل غير مباشر ولها صفة العمومية.

12- من حيث ارتباطها بالزمن:

أ- قرارات مبرمجة(مهيكلة): وهي القرارات المرتبط تنفيذها بزمن (ببرنامج) معين آقرارات التشغيل وغيرها.

ب - قرارات غير مبرمجة (غير مهيكلة): وهي القـرارات الإسـتراتيجية التـي تعـالج حـالات جديـدة ذات آثـار بعيـدة عـلى التنظـيم آالقـرارات التـي تتعلـق بالسياسات الإنتاجية والتسويقية العامة.

13- من حيث مجال القرار:

أ - قـرارات تتعلـق بتنفيـذ وظـائف التنظـيم كـالقرارات الإنتاجيـة والتسـويقية والتمويلية.

ب - قـرارات تتعلـق بتنفيـذ وظـائف الإدارة كـالقرارات التخطيطيـة والتنظيميـة والتوجيهية والرقابية.

14 - من حيث مضمون القرار:

أ - قرارات فنية: وهي القرارات التي تتعلق بتنفيذ وظائف النظام الأساسية كالقرارات التقنية والاقتصادية (ومنها الانتاجية والتسويقية والمالية) وادارية تتعلـق بصـناعة المعلومات ووضع الخطط وآليات العمل وغيرها.

ب - اجتماعية: وهي القرارات التـي تتعلـق بالمصـالح الشخصـية الفرديـة والجماعيـة للعاملين في التنظيم.

آما يمكن تصنيف القرارات بموجب هذا المؤشر إلى عدد آبير من أنواع القرارات حسب النشاطات الحياتية المختلفة القـرارات السياسـية والاقتصـادية والثقافيـة والتقنيـة والحربية وغيرها.

-15 وحسب مدى مشاركة المعنيين بالقرار:

أ - قرارات ديمقراطية: وهي القرارات التي تتخذ بالتصويت من قبل المعنيين بالقرار في حالة اتخاذ القرارات بشكل جماعي.

ب - قرارات ديكتاتورية: وهي القرارات التي تتخذ من قبـل فـرد واحـد دون الرجـوع إلى أية جهة خبيرة أو استشارة أي من المعنيين بالقرار.

ج- قرارات استشارية: وهي القرارات التي تتخذ على أساس استشارة المعنيـين بـالقرار أو المختصين والخبراء في حالة القرارات الفردية أو الجماعية.

16 -حسب شدة المخاطرة:

أ- قرارات جريئة: وهي قرارات ذات فعالية عالية وتنطوي على مخاطرة عالية في آن واحد.

ب- قرارات غير جريئة: وهي القرارات الضعيفة، ذات فعالية منخفضة ولا تنطوي على مخاطرة عالية.

17- من حيث عدد الأهداف:

أ - وحيدة الهدف: وهي القرار التي ينطوي تنفيذها على تحقيق هدف واحد.

ب- متعددة الأهداف: وهي القرار التي ينطوي تنفيذها على تحقيق عدة أهداف في آن واحد.

18 -من حيث مدى شمولية القرار التنظيمية:

أ- قرارات شمولية(كلية): وهي القرارات التي تتناول مختلف أنشطة التنظيم.

ب- قرارات جزئية: وهي القرارات التي تتناول جزء من التنظيم أو نشاطا معينا من أنشطته.

19 - من حيث آيفية اتخاذ القرار تصنف إلى:

أ - قرارات موضوعية: وهي القرارات التي تستند إلى معطيات الواقع الموضوعي والتقديرات الموضوعية لمتغيرات الحالة المشكلة.

ب - قرارات ذاتية: وهي القرارات التي لا تستنفذ إلى معطيات الواقع الموضوعي بل يكون مصدرها التقديرات الشخصية وتعتمد مثل هذه القرارات على الحدس الشخصي وبديهة متخذ القرار.

20 حسب مدة نفاذ القرار:

أ - قرارات مؤقتة: وهي القرارات التي يحدد فيها المدى الزمني لنفاذ القرار وإنتهاء العمل به.

ب- قرارات دائمة: وهي القرارات التي لا يحدد تاريخ انتهاء العمل بالقرار.

21 من حيث جودة القرار:

أ - قرارات جيدة(حكيمة): وهي القرارات التي برهن على جودتها بإحدى الأساليب العلمية الموثوق بها قبل تنفيذها أو برهنت التجربة العملية للقرار على ذلك بعد تنفيذه.

ب- قرارات سيئة(غير حكيمة): وهي القرارات التي يناقض فحواها العلم والمنطق أو أن التجربة أثبتت فشل القرار بعد وضعه موضع التنفيذ.

كما يمكن تصنيف القرارات وفقا لأهميتها بقرارات تتعلق بالعنصر البشرى وقرارات تتعلق بالوظائف الإدارية وقرارات تتعلق بالنواحي المالية

خصائص عملية اتخاذ القرارات:

1- أنها عملية ذهنية، فهي نشاط فكري يعتمد على إتباع المنطق والتفكير المنهجي الصحيح.

2 - أنها عملية إجرائية، فعلى الرغم من أن عملية الاختيار هي جوهر اتخاذ القرارات إلا أن هناك عدد من الخطوات التفصيلية التي تسبقها مثل تحديد وتعريف المشكلة أو التي تأتي بعدها مثل وضع القرار موضع التنفيذ.

3- أن تعدد البدائل هو أساس عملية اتخاذ القرارات، فحينما لا يوجد إلا حل واحد لمشكلة معينة فلن يكون هناك اختيار ومن ثم لا يكون هناك اتخاذ قرار، وإنما يكون الأمر إجباراً على أمر معين.

4- إن اختيار البدائل لا يتم عشوائياً، وإنما يكون وفق أسس ومعايير تؤدي إلى اختيار انسب بديل.

5- أننا لا نختار البديل الأمثل، لأن المثالية أمر بعيد المنال في عالم الواقع، وربما لا يناسب الظروف التي يتخذ خلالها القرار ولذلك فإن الاختيار يتوجه إلى البديل الأنسب، والذي يتناسب مع الظروف المؤثرة في اتخاذ القرار. فعلى سبيل المثال قد يكون اختيار أساليب إنتاج نصف آلية بديلاً مناسباً للدول النامية في بعض الصناعات بدلاً من الأساليب الكاملة الميكانيكية.

6- إن عملية اتخاذ القرارات مرتبط بالمستقبل، فنحن نتخذ القرارات في الوقت الحاضر، ولكن تنفيذ القرار وآثاره ستكون في المستقبل. وهذه الخاصية تؤدي

إلى صعوبة عملية اتخاذ القرارات لأنها تعتمد على التنبؤ بالمستقبل، فضلاً عن التغير وعدم الاستقرار في العوامل المؤثرة فيه.

استخدام التحليل الاقتصادي في المجال الإداري:

إن التحليل الاقتصادي يزود رجل الإدارة بمعرفة متزايدة عن العالم والظروف التي يعيش فيها من خلال:

1- توضيح نتائج البدائل المختلفة من القرارات الأمر الذي يترتب عليه تزويده بأساس سليم للأختيار بين هذه الأهداف.

2- التفسير والتنبؤ بالأحداث المستقبلية.

بناء النموذج الاقتصادي

النموذج الاقتصادي هو عبارة عن إطار نظري لا يشترط أن يكون نموذجاً رياضياً، ولكن إذا حدث وكان رياضياً فإنه عندها يعطي ترجمة للعلاقات النظرية بين عدد من المتغيرات في صورة علاقات رياضية، وبذلك يتكون النموذج من معادلات تصف هيكل النموذج وتربط المتغيرات بعضها ببعض. ويتمثل بناء النموذج Model Building أو ما يعرف بتوصيف النموذج Specification في كيفية التعبير عن النظرية الاقتصادية أو العلاقات الاقتصادية في صورة مجموعة من المعادلات أو المتباينات.

تختلف النماذج الاقتصادية والتي يمكن لمتخذ القرار الاعتماد عليها وفقاً لطبيعة بناء و توصيف النموذج إلى نماذج رياضية Mathematical Models و نماذج قياسيةEconometric Models، وما يعنينا هنا هي التعرف على النماذج الاقتصادية الرياضية والقياسية وكيفية توصيفها، وتحديد نوع النموذج الذي سنقوم ببنائه هل هو ديناميكي أم ستاتيكي، محدد أم غير محدد. فكما نعلم أن النماذج التي تستخدم في الشركات ولاتخاذ قراراتها الإدارية، إما أن تكون نماذج برمجة رياضية، نماذج محاكاة، أو نماذج مدخلات/مخرجات. وعليه تكون هذه النماذج إما نماذج أمثلية، نماذج استكشافية، أو نماذج وصفية على التوالي. ونتناول الكيفية التي يتم بها بناء النموذج الرياضي على النحو التالي:-

المرحلة الأولى: صياغة المشكلة:-

يقصد بصياغة المشكلة Problem Formulation التعريف بالمشكلة محل الدراسة والتي يراد وضع نموذج لحلها، وتحديدها تحديداً واضحاً دقيقاً وموجزاً في الوقت نفسه. ومن المفيد في هذا الصدد صياغة المشكلة على هيئة سؤال يجعل المشكلة تبدو أكثر وضوحاً، حيث أن صيغة الاستفهام تقتضي وجود إجابة واضحة و محددة بالضرورة، وتكون الإجابة هنا هي الهدف من الدراسة. ويجدر بنا أن نقول بأنه عند تحديد مشكلة البحث يتعين مراعاة ما يلي:-

1- مراعاة الدقة والعناية في تحديد المشكلة باستبعاد العوامل التي لا تتناولها الدراسة ولا يحتويها النموذج.
2- تعريف المصطلحات و المفاهيم المستخدمة في صياغة المشكلة بدقة ووضوح والابتعاد عن العبارات الغامضة والغير واضحة.
3- صياغة المشكلة على هيئة سؤال يتطلب إجابة واضحة محددة.

المرحلة الثانية: صياغة الأهداف:-

إن تحديد المشكلة يقود إلى تحديد مماثل للأهداف، ويتطلب الأمر هنا إيجاد المعيار الذي سيتم على أساسه اختيار أفضل بديل من البدائل العديدة المتاحة. هذا التحديد للبدائل يدخل ضمن ما يعرف بنظرية القرار Decision Theory ويتم على أساسه حل المشكلة محل الدراسة. والأهداف التي يضعها أي مشروع ويصبو لتحقيقها لا تخرج عن نوعين أساسيين من الأهداف هما:-

1- أهداف منضبطة: ويقصد بها الأهداف التي يتم توجيهها لحفظ موارد لها قيمة معينة (كالطاقة، الوقت، الحجم و النقد). وهذه الأهداف تعد كمدخلات Inputs للنموذج.
2- أهداف مكتسبة: والتي يقصد بها مخرجات القرارOutputs.

وتكون مشكلة تحديد الهدف أو اختيار المعيار الذي يستخدم هنا من أهم المشاكل التي تواجه متخذي القرار. فقد يكون المعيار هو تحقيق أقصى ربح في الأجل القصير أو تعظيم الأرباح في الأجل الطويل، أو تعظيم الإيرادات، أو غيرها من

المعايير التي قد يهدف إليها التنظيم. ويعرف تحديد الهدف وصياغته ببناء دالة الهدف Building the Objective Function في نموذج البرمجة الخطية.

المرحلة الثالثة: جمع البيانات:-

تتمثل الخطوة الثالثة من خطوات بناء النموذج الرياضي في جمع البيانات اللازمة للنموذج، والتي تختلف باختلاف طبيعة المشكلة المطروحة. فالبيانات اللازمة لدراسة الطلب على سلعة ما غير تلك اللازمة لتحليل أنماط الاستهلاك أو تسويق سلعة معينة أو غير ذلك، فالبيانات تختلف من مشكلة لأخرى. فبعد الانتهاء من تحديد الهدف، تتضح لنا نوعية البيانات التي يتوجب جمعها عن المتغيرات التي يحتويها النموذج، ويتعين علينا عندها إعداد خطة لجمع البيانات وترتيبها وتبويبها. هذا فضلاً عن تحديد ماهية البيانات، فهل هي بيانات سلاسل زمنية Time Series Data تصف سلوك المتغير عبر الزمن؟ أم هي بيانات مقطعية Cross Section Data تعطي القيم التي يجب أن يأخذها المتغير في لحظة زمنية معينة! أو حتى بيانات وهمية (صماء)Dummy Variables، والتي يفترض لها قيمة تحكمية.

هذا ويتعين بعد تحديد نوعية البيانات المناسبة للمشكلة محل الدراسة تحديد مصادر البيانات. أي هل يمكن الحصول على البيانات المطلوبة من المصادر الثانوية؟ وهي تلك التي تقوم بنشرها الهيئات والأجهزة الإحصائية أو الحكومية، أم هل سيقوم الباحث بالحصول على البيانات بمجهوده الخاص؟ أي بما يعرف بالمصادر الأولية أو الميدانية، هذا في حالة تعذر حصوله على البيانات اللازمة من المصادر الثانوية لأي سبب من الأسباب. وعند الاعتماد على المصادر الميدانية يلزم تحديد الطريقة التي ستتبع في الحصول عليها، هل هي طريقة الحصر الشامل Complete Enumeration ؟ أم طريقة العينات Samples ؟. وتتضمن عملية جمع البيانات إضافة إلى كل ما سبق، عملية فهرسة البيانات وترتيبها بالكيفية التي تخدم المشكلة وتسهل تطبيقها على المتغيرات الخاصة بالنموذج.

المرحلة الرابعة: تحديد المتغيرات و الثوابت والمعلمات:-

يهتم القائمون ببناء النماذج الاقتصادية بتحديد نوع المتغيرات التي يحتويها النموذج. والمتغير هو الظاهرة الاقتصادية المراد قياسها والتي تأخذ قيماً مختلفة

(متغيرة)، وعليه يعرف المتغير بأنه عبارة عن "الشيء الذي يمكن أن تتغير قيمته أي أنه يمكن أن يأخذ قيماً مختلفة "، ولذلك فإنه يتم تمثيله برموز بدلاً من عدد محدد. تنقسم المتغيرات بصفة عامة إلى متغيرات داخلية Endogenous ومتغيرات خارجية Exogenous. المتغيرات الداخلية هي تلك التي تعمل داخل النطاق الاقتصادي، فتتحدد قيمتها داخل النموذج من خلال معرفة قيم المعاملات و قيم المتغيرات الخارجية. وتعرف المتغيرات الداخلية بالمتغيرات التابعة Dependent Variables لكونها تتبع وتتأثر بالمتغيرات الخارجية. أما المتغيرات الخارجية فهي المتغيرات التي تعمل خارج النطاق الاقتصادي فتتحدد قيمتها من قبل قوى خارجة عن النموذج. وتعرف المتغيرات الخارجية بالمتغيرات المستقلةIndependent Variables، فهي تؤثر في المتغيرات الاقتصادية الداخلية ولا تتأثر بها. وإضافة إلى هذين النوعين من المتغيرات، هناك متغيرات أخرى تخضع لتقسيمات مختلفة. فهناك مثلاً متغيرات أساسية ومتغيرات غير أساسية، متغيرات عاطلة ومتغيرات إضافية، وغير ذلك.

وبالإضافة إلى تحديد المتغيرات يتم تحديد الثوابت، والتي يقصد بها الكميات الثابتة التي لا تتغير قيمتها، فالثابت هو المقابل العكسي للمتغير. وهذا الثابت إذا لم نعط له قيمة محددة، فيمكنه اتخاذ أي قيمة عددية وعندها يصبح معلمة Parameter، لذا يقال عن المعلمة بأنها الثابت المتغير. وفي نماذج البرمجة الخطية تفرض المتغيرات قيوداً Constraints معينة على الحل. وعليه فإنه بعد تحديد المتغيرات يتم وضع القيود اللازمة وعرضها بشكل معادلات قابلة للحل.

المرحلة الخامسة: بناء النموذج:-

يتم في هذه المرحلة صياغة المشكلة محل الدراسة في قالب رياضي من خلال بناء الدالة وتحديد الشكل الرياضي للنموذج، بحيث يقرر الباحث ما إذا كانت المشكلة يمكن تفسيرها بنموذج مكون من علاقة واحدة أو عدد من العلاقات التي تتفاعل سويا لتكونين الظاهرة. وفي هذه المرحلة توضع دالة الهدف والقيود المفروضة عليها في حالات البرمجة الخطية، أو تصاغ العلاقة الدالية وتوضع لها افتراضات محددة عن معلمات النموذج في حالة الدراسات القياسية.

- النموذج الرياضي:

"النموذج الرياضي هو عرض مبسط للواقع في صورة رياضية"[1].

و يتم بناء النموذج عادة من معادلات و متباينات و دوال رياضية تضم في تكوينها مجموعة من المتغيرات المختلفة، سواء كانت متغيرات متحكم فيها من طرف المؤسسة أو متغيرات لا يمكن التحكم فيها.

- أنواع النماذج الرياضية:

و عند بناء النموذج الرياضي يمكن التفرقة بين الأنواع الآتية من النماذج[2]:

1- النماذج الوصفية و النماذج القرارية:Descriptive and normative models

1-1- النماذج الوصفية descriptive models:

يهتم النموذج الوصفي ببيان طريقة للنظام المدروس و خصائصه المميزة، ويمكن أن يتنبأ بخصائصه في المستقبل و لكن لا يهتم بايجاد التصرف الأمثل أو الحل الأمثل.

و من أمثلة ذلك نجد أسلوب المحاكاة simulation حيث هذا الأسلوب لا يتضمن دوال رياضية محددة و لكن يعتمد على إجراء تجارب لتمثيل أداء الموقف المدروس و سلوكه و ذلك وفق لقيم عشوائية تمثل الظواهر أو المتغيرات احتمالية التي تحكم سير الموقف، و تعرف المحاكاة في هذه الحالة بمحاكاة مونت كارلو (Monte carlo simulation).

1- ابراهيم أخمد مخلوف (1995)، مرجع سابق ذكره،، ص:6.
2- د. ابراهيم أخمد مخلوف (1995)، مرجع سابق ذكره،، ص:9.

1-2- النماذج القرارية normative models:

و هي النماذج التي يمكن لها أن تبين للمسير كيفية التصرف أمام مسألة قرار التي من أجلها تم بناء هذا النموذج، و ذلك من خلال تحديد التصرف الأمثل الذي يجب أن يسلكه و المعروف بالحل المثالي.

و الأمثلة على هذا النوع من النماذج نجد نموذج البرمجة الخطية، البرمجة بالأهداف.

و تتكون أغلب هذه من ثلاثة عناصر أساسية و هي[1]:

أ- المتغيرات القرارية: و هي الكميات موضوع البحث و التي يرمز لها بالرمز: X.

ب- القيود: و هي مجموعة من القيم التي يتم فرضها على المتغيرات أو بعض المتغيرات و ذلك باستخدام العلاقات الرياضية[2].

ج- دالة الهدف: و تمثل معيار اتخاذ القرار أي معيار الاختيار و المفاضلة بين البدائل الممكنة، و المعروفة رياضيا بالمتغير التابع و التي تقيس فعالية النموذج، بحيث يعبر عنها على شكل علاقات رياضية خطية أو غير خطية بالمتغيرات القرار التي تكون معاملاتها عبارة عن ثوابت معروفة مسبقا. و من أهم النماذج القرارية الأكثر استعمالا نجد البرمجة الخطية.

المرحلة السادسة: تحديد أسلوب الحل:-

في هذه المرحلة يتم اختيار الأسلوب والخواريزم الملائم لحل النموذج الرياضي، حيث أن لكل مشكلة البرنامج الرياضي المناسب لحلها. ففي البرمجة الخطية يشترط أن تكون دالة الهدف خطية. و يكون الحل الأمثل في هذه الحالة هو أفضل قيمة يجب أن تأخذها دالة الهدف في ظل القيود المفروضة عليها، بحيث تأخذ دالة الهدف و كذلك القيود المفروضة صيغة العلاقة الخطية أي معادلات أو متراجحات من الدرجة الأولى، و إلا يكون اللجوء إلى البرمجة اللاخطية.

هناك أيضاً البرمجة الصحيحة وهي برمجة خطية مع ضرورة أن تكون متغيراتها أعداداً صحيحة، بمعنى عدم قابلية المتغيرات أو المخرجات للتجزئة و في

1- د. ابراهيم احمد مخلوف (1995)، "نفس المرجع السابق"، ص:9- 10.

2- يزن مقبل، نفس المرجع السابق، 2005، ص:13.

الحالات التي لا تعطي فيها الكسور معنى عملي. أما عندما تتعرض متغيرات المشكلة لتغيرات من فترة زمنية لأخرى أي عندما يكون الزمن أحد المتغيرات الداخلة في النموذج فإن البرمجة الديناميكية تمثل الأسلوب الأنسب لحل المشكلة. وعند استخدام الأسلوب القياسي يتم اختيار الأسلوب الأنسب للقياس و الذي يتوقف على طبيعة النموذج و العلاقات التي يتكون منها كذلك الخصائص الإحصائية للتقديرات التي يمكن الحصول عليها من كل أسلوب، والأسلوب الأنسب هو ذلك الذي يعطي عددا كبيرا من الخصائص المرغوب فيها كعدم التحيزUnbaiasedness والاتساق Consistency والكفاءةEfficiency والكفايةSufficiency.

المرحلة السابعة: حل المشكلة على الحاسب الآلي:-

قبل استخدام الحاسبات أو العقول الإلكترونية، كان من الصعب للغاية حل المشاكل المعقدة والنماذج الرياضية التي تحتوي عدد كبير من المعادلات والمعلمات، ولا شك أن إتمام عمليات كهذه يدوياً يتطلب وقتاً طويلاً وقد يتمخض عنه نتائج غير دقيقة.وكان استخدام الحاسبات الإلكترونية أكبر تطور حدث في تداول البيانات والمعلومات في القرن العشرين، فأدخلت الحاسبات في الوحدات الاقتصادية و الحكومية وتوسع استخدامها في كافة المنظمات والوحدات التجارية بل وفي المدارس والمنازل بمعدل مرتفع للغاية. فكان هذا التطور له أثره الكبير في استخدام الحاسبات كأداة هامة لتجميع البيانات وإجراء الدراسات وحل النماذج الرياضية المختلفة، بسرعة فائقة، وكفاءة عالية في الأداء.

وفي مجال الإدارة والدراسات الاقتصادية، نجد للحاسبات الآلية دوراً بارزاً في تطوير مفهوم إدارة المنشآت وتشغيلها بما يرفع من مستوى إنتاجيتها وأداؤها الاقتصادي، ويدعم مقدرة مستخدميها على اتخاذ القرارات بكفاءة. كما أن هناك العديد من البرامج الجاهزة التي تتاح للمخططين ومتخذي القرار وتمكنهم من التخطيط وحل المشكلات الإدارية واتخاذ القرارات. بل يمكن القول بأن هناك أكثر من المئات من البرامج المختلفة التي تغطي مجالات مختلفة ومتنوعة، ويكون على الباحثون في هذا المجال اختيار ما يناسب كل حالة وكل مشكلة من المشاكل الإدارية التي تواجههم. وفي هذه المرحلة يتم استخدام برامج الحاسب الإلكتروني لحل المشكلة موضوع الدراسة. بحل المشكلة واستخراج البيانات وتحليل النتائج

يمكن تكوين خطة للتشغيل أو اتخاذ القرار الأمثل أو التنبؤ وتقدير الطلب أو الارباح أو ما إلى ذلك حسب كل حالة.

اختيار الحل الامثل في عملية اتخاذ القرار:

اتخاذ القرار الإداري هو عملية تحديد احسن الحلول الممكنة لمشكلة محددة. إذا كان لايوجد إلا حل واحد للمشكلة في هذه الحالة لاتوجد مشكلة قرار. أما إذا كانت هنالك عدة خيارات وبدائل لحل المشكلة، في هذه الحالة فإن القرار الأمثل الذي يجب اتخاذهُ هو ذلك القرار الذي يُحدث نتيجة منسجمة أو متوافقة مع هدف المنشأة.

يتضح مما سبق إن وسائل الاقتصاد الإداري في اتخاذ القرارات الإدارية لا يتوقف عند مجرد اختيار الحلول البديلة الكفيلة ببلوغ هدف معين بقدر ماهي مشكلة اختيار أفضلهم في بلوغ الهدف وذلك من خلال القواعد التالية:

1- ضرورة التعرف على المشكلة وتوضيح كل ما يتعلق بها عن طريق دراسة ملابساتها وتاريخها ومصادرها.

فأول خطوة لحل أي مشكلة، هي التأكد من فهم المشكلة. وذلك لأنه من المستحيل حل مشكلة غير مفهومة، كما أن المشكلة غير المعروفة لا يمكن حلها أيضاً.

2- التعرف على الأهداف والمطالب التي لا مفر من مواجهتها عند علاج المشكلة، وترتيبها وتحديد وسائل تحقيقها.

3- تحديد الإجراءات البديلة، وتحليل نتائج كل منها، وتقييم البدائل المتوفرة في موقع القرار.

4- المقارنة بين جميع الحلول البديلة واختيار أفضلها. ويتوقف اختيار حل واحد أو مجموعة من الحلول على تقدير النتائج المحتملة لهذه الحلول البديلة، أي على أساس معرفة مدى فائدة الحل أو مجموعة الحلول في بلوغ الهدف المنشود.

المدراء يستخدمون وسائل الاقتصاد الإداري لمساعدتهم في الحصول على أحسن القرارات أو الأفعال.

الفصل الثالث

العرض والطلب وتوازن السوق

قانون العرض والطلب هو نظرية اقتصادية يشرح العلاقة بين كمية المعروض مـن ثروة أو سلعة ما وكمية الطلب عليها، ويشرح تأثير توفر منتج مـا والطلـب عليـه عـلى السـعر في السـوق، وبشـكل مبسـط فـإن مبـدأ هـذه النظريـة يقـوم عـلى أن العـرض المنخفض والطلب الكبير يزيد سعر السلعة، فيما العكس العـرض الكبـير وقلـة الطلـب تؤدي لانخفاض سعر السلعة.

قوانين العرض والطلب لا تنطبق فقط على أسعار السـلع والمنتجـات بـل إن مبـدأ العرض والطلب ينطبق على كل تفاصيل الاقتصـاد تقريبـاً، مـثلاً ارتفـاع نسـبة البطالـة يعطي الفرصة للشركات لتخفيض طلبها للموظفين وتخفيض الأجـور المعروضـة كـذلك، بينما انخفاض نسبة البطالة سيجبر الشركات عـلى البحـث عـن مـوظفين ورفـع الأجـور والامتيازات المقدمة لهم.

كذلك فإن أسواق السلع ليسـت الوحيـدة التـي تتـأثر بـالعرض والطلـب، فسـوق الأسهم مثلاً يتأثر كذلك بهـذه القـوانين، فزيـاد الطلـب عـلى سـهم مـا يعطـي الشركـة المصدرة للأسهم فرصة لزيادة السعر مع تزايد الطلب.

في نظرية الاقتصاديات الصـغرى، تـم تطـوير تـوازن الجـزئي للنمـوذج الاقتصـادي العرض والطلب أصلا من قبل ألفرد مارشال وهو نموذج يحاول وصف، وتوضيح وتوقع تغير سعر وكمية السلع المباعة في الأسواق التنافسية.[1]

إن النموذج يقوم فقط أولا بتقريب وصف السوق التنافسية بشكل غير كامل.

يضم هذا النموذج الكثير من النظريات المستعملة من قبل بعض الاقتصاديين قبل مارشـال ويشـكل أحـد أكـثر الـنماذج الأساسـية أهميـة في بعـض المـدارس الاقتصـادية الحديثة، فهو كثير الاستعمال في بناء أسـاس تشـكيلة واسـعة مـن الـنماذج والنظريـات اقتصادية أكثر تفصـيلا. إن نظريـة العـرض والطلـب مهمـة لفهـم الكثـير مـن المـدارس الاقتصادية لآلية اقتصاد سوق وتفسير الآلية التـي يـتم بهـا تخصـيص المصـادر واتخـاذ القرارات.

[1] Fleetwood ،Steve (August 2014). "Do labour supply and demand curves exist?". Cambridge Journal of Economics. 38 (5): 1087–113. doi:10.1093/cje/beu003.

إن نظرية العرض والطلب تفترض عادة بأن الأسواق تنافسية جدا. وهذا يشير ضمنا إلى أن هناك العديد من المشترين والباعة في السوق ولا أحد منهم لهم القدرة للتأثير على سعر البضائع. في العديد من صفقات الحياة الحقيقية، تفشل الفرضية لأن بعض المشترين أو الباعة الفرديين أو مجموعات المشترين أو الباعة لهم بما فيه الكفاية القدرةعلى التأثيرا على الأسعار. غالبا ما يستخدم تحليل متطور لفهم معادلة العرض-طلب للبضاعة. على أية حال، تعمل النظرية بشكل جيد في الحالات البسيطة غير المعقدة.

الاقتصاد السائد لا يفترض بداهة بأن الأسواق مفضلة على الأشكال الأخرى من التنظيمات الاجتماعية. في الحقيقة، يكرس الكثير من التحليل إلى الحالات التي تدعى ب فشل الأسواق التي تؤدي إلى تخصيص مصادر أقل من المثالية ضمن بعض المعايير. في مثل هذه الحالات، يعمد الاقتصاديون إلى إيجاد سياسات لتجنب الهدر؛ مباشرة عن طريق الرقابة الحكومية، أو بشكل غير مباشر عن طريق حث زبائن السوق على التصرف وفق إسلوب متسق مع الرفاهية المثالية، أو بخلق أسواق ضائعة لتمكين ايجاد تجارة كفوءة جديدة لم تكن موجودة سابقا. هذا يدرس بالتفصيل في حقل الأعمال الجماعية.

الطلب

الطلب هو الرغبة الأكيدة في الشراء التي تدعمها، وتعززها قدرة شرائية للحصول كمية معينة من سلعة ما، عند سعر محدد، على أن يتم ذلك خلال فترة زمنية معينة. على سبيل المثال، مستهلك قد يكون راغب بشراء 2 كيلو بطاطا إذا كان السعر 0.75$ لكل كيلو. بنفس الوقت نفس المستهلك قد يكون راغب لشراء فقط كيلو 1. إذ كان السعر 1.00$ لكل كيلو. يمكن تشكيل جداول الطلب التي تظهر الكمية المطلوبة من البضاعة عند كل سعر معطى لهذا البضاعة ويمكن تمثيل الطلب بمخطط أو منحنى كما يمكن تحديده من خلال معادلة الطلب.[1]

[1] Mankiw ،N.G ؛.Taylor ،M.P. (2011). Economics (2nd ed., revised ed.). Andover: Cengage Learning.

العرض

هو عبارة عن الكميات المنتجة من سلعة ما، التي يعرضها المنتجون في السوق بهدف البيع او الشراء، عند سعر معين وخلال فترة زمنية معينة. على سبيل المثال، قد يكون الفلاحون راغبون ببيع مليون كيلو من البطاطا إذا كان سعر الكيلو 0.75$، فإذا كان الراغبون بالشراء عند سعر 0.75$ أكثر من الراغبين في البيع فإن البضاعة المعروضة بالسعر الحالي والذي افترضنا أنه 0.75$ سوف تنفذ ويبدأ السعر بالارتفاع وذلك لغلبة الطلب على العرض، والعكس صحيح فعند غلبة العرض على الطلب فإن السعر سوف يهبط.[1]

المقررون الرئيسيون للعرض هم سعر السوق الحالي وكلفة تقديمها وآلية إيصالها والكثير من العوامل الأخرى.

قانون العرض وقانون الطلب

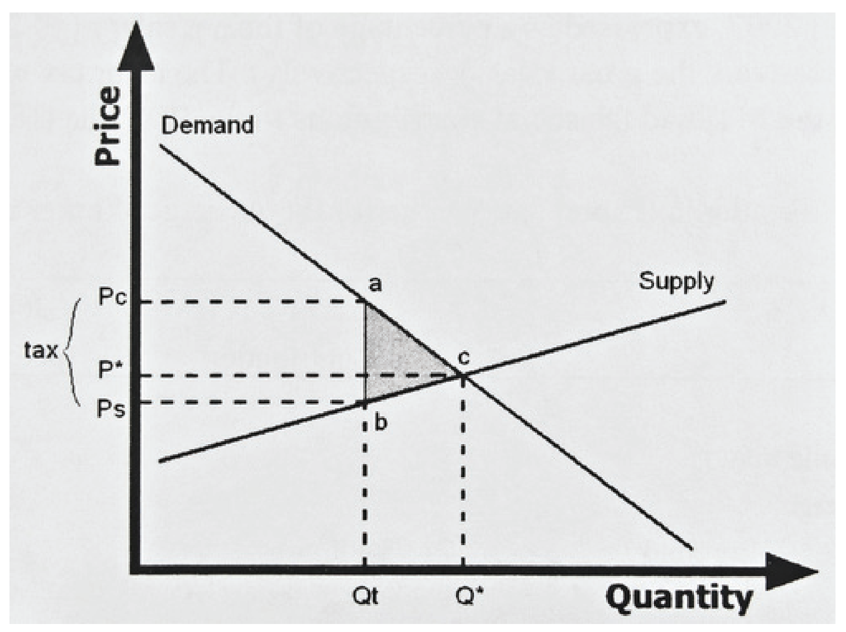
العرض والطلب يتأثران بالعديد من العوامل الأخرى في السوق حيث يتأثر الطلب بجودة وتكلفة المنتج وكذلك بجودة وعدد البدائل المتوفرة، وكذلك الإعلان وأسعار المنتجات التي قد ترتبط به، فيما يتأثر العرض بالكثير من العوامل مثل قدرة الإنتاج وتكاليفه والعمالة وكذلك عدد وقوة إنتاج المنافسين.

نظريات اقتصاد السوق تنظر إلى قوانين العرض والطلب باعتبارها الطريقة الأمثل لتوزيع الموارد والسلع، وهذا يتبع إلى مفهومين رئيسيين هما: قانون العرض وقانون الطلب.

هذان القانون يرتبطان بعلاقتين رئيسيتين، أولهما هي علاقة بين السعر والطلب، والطلب يشير إلى الكمية من منتج ما التي يرغب المستهلكون بشرائها بسعر معين، والعلاقة بين هذه الكمية المطلوبة والسعر تدعى علاقة الطلب Demand Relationship.

[1] The First Laws in Economics and Indian Economic Thought – Thirukkural

العلاقة الثانية هي بين السعر والعرض، حيث يشير العرض إلى كمية السلعة التي يرغب المنتج بإنتاجها مقابل سعر معين، والعلاقة بين السعر وهذه الكمية المنتجة تدعى علاقة العرض Supply Realtionship.



بناءً على ذلك فإن قانون الطلب ينص على أنه في حال كانت كل العوامل الأخرى في السوق متساوية، فإنه كلما ارتفع سعر سلعة أو منتج ما قل الطلب على هذا المنتج، فمع ارتفاع السعر تقل الكمية المطلوبة من منتج معين.

ارتفاع سعر السلعة سيدفع بالمستهلكين لتجنب شرائها خصوصاً أنها قد تدفعهم للتخلي عن شراء سلع أخرى قد تكون ذات أولوية أكبر بالنسبة لهم، وستنخفض قيمة تلك السلعة مع انخفاض الطلب عليها.

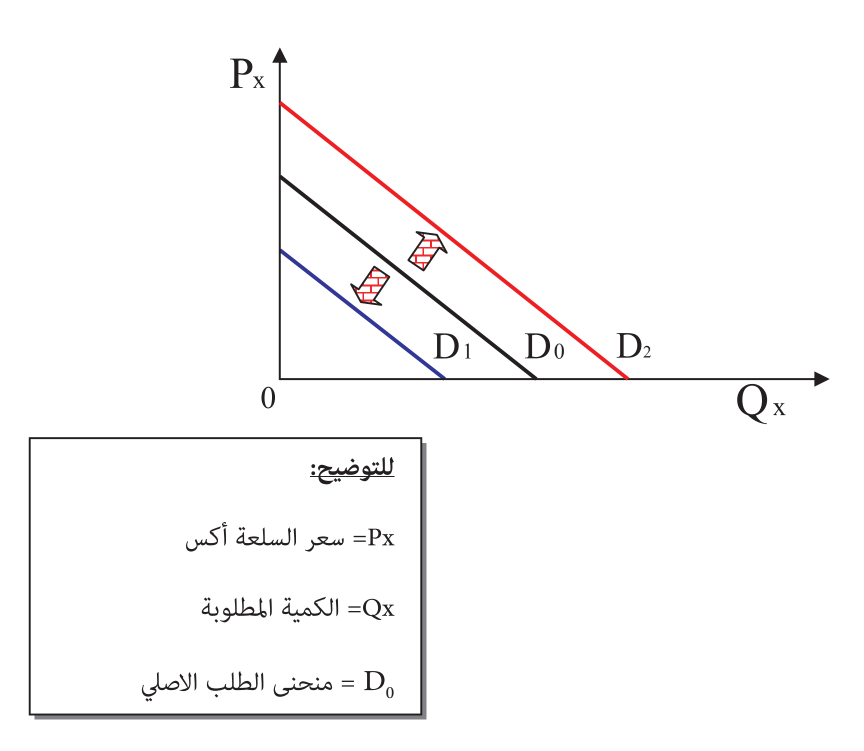
أما قانون العرض فيبين الكميات التي يمكن بيعها من منتج ما تحت سعر معين لهذا المنتج، وعلى عكس قانون الطلب يشير قانون العرض إلى أنه كلما ارتفع السعر ارتفعت الكمية التي يتم إنتاجها، حيث أن المنتجين يزيدون الإنتاج باعتبار أن بيع كمية أكبر بسعر أعلى سيزيد الأرباح للمنتج، ولربما تفكر حينها في شراء أسهم الشركة المنتجة.

كذلك فإن علاقة العرض تتأثر بعامل الوقت الذي لا تتأثر به علاقة الطلب، فالمنتجون عليهم دائماً أن يتعاملوا بسرعة مع التغييرات المفاجئة في الطلب على منتج معين وبالتالي تغير سعره، رغم أن نسبة ليست قليلة منهم يواجهون صعوبات في ذلك، أيضاً يتوجب على المنتج معرفة ما إذا كان التغيير في السعر مؤقتاً أم طويل الأمد والتصرف وفق ذلك.

مثلاً لنفترض أن شركة للأدوية واجهت زيادة كبيرة في الطلب على دواء خاص بمرض جلدي انتشر في بلد ما، وتبين أن هذه الموجة من المرض لن تستمر لأكثر من شهرين، هنا يتوجب على الشركة أن تقوم فقط باستعمال منشئات الإنتاج بشكل أكبر وأكثر فاعلية، فيما لو تبين أن هذا المرض سيستمر لسنوات عندئذ يجب عليها أن تبدأ ببناء منشئات إنتاج جديدة لتواكب الطلب الكبير وطويل الأمد على المنتج الخاص بها.

الآن لنقدم مثالاً مبسطاً عن تأثير العرض والطلب سوية في السعر، حيث أنتجت شركة ألعاب نسخة خاصة من جهاز ألعاب بقيمة 200 دولار بعد أن أظهرت أبحاثها أن المستهلكين لن يشتروا هذا المنتج بسعر أكبر من ذلك، وتم إنتاج 200 قطعة فقط حيث أن تكلفة الفرصة البديلة لإنتاج المزيد لا يمكن أن تتحملها الشركة، وبعد طرحها للبيع تبين أن 400 شخص طلبوا ال 200 قطعة التي تم إنتاجها وبالتالي سيزيد سعرها بحسب علاقة الطلب التي تقول أن زيادة الطلب تزيد السعر، وزيادة السعر ستدفع بالشركة لإنتاج المزيد تبعاً لعلاقة العرض التي تقول أن زيادة السعر تزيد الإنتاج لتحقيق ربح أكبر.

رسم منحنى الطلب - الذي يوضح العلاقة بين الكمية المطلوبة وسعر السلعة العوامل التي تؤدي إلى انتقال هذا المنحنى:



(D_0) / منحنى الطلب الأصلي، وميله سالب أي إذا ارتفع سعر السلعة، الكمية المطلوبة سوف تنخفض، وإذا انخفض السعر الكمية المطلوبة سوف تزيد.

⦿ الآن ننظر للعوامل التي ذكرناها كيف تؤثر على منحنى الطلب؟

أولا/ سعر السلعة: ارتفاع سعر السلعة يعني انتقال من نقطة إلى نقطة أخرى على نفس المنحنى، فنجد أن الكمية المطلوبة من السلعة سوف تنخفض، أما منحنى الطلب فلن ينتقل، لماذا لن ينتقل المنحنى؟ لأن التغير حدث في سعر السلعة

نفسها، وسعر السلعة نفسها موجود لدينا في الرسم على المحور الرأسي، وهنـا إذا تغـير الموجود على المحور الرأسي أو على المحور الأفقي منحنى الطلب لن يتغير، فنسـير عـلى نفس منحنى الطلب بـاللون الأسـود الموجـود في الوسـط (D_0) هـذا فـيما يخـص تغـير السعر. إذاً تغير السعر لا يؤدي إلى انتقـال منحنـى الطلـب، وإنمـا يعنـي الانتقـال مـن نقطة إلى أخرى على نفس منحنى الطلب.

ثانياً/ الدخل: أن زيادة الدخل ستؤدي إلى انتقال منحنى الطلب إلى أعلى (اليمين) - فسوف ينتقل من (D_0) إلى (D_2).

و انتقل منحنى الطلـب بسـبب زيـادة الـدخل، فزيـادة الـدخل تعنـي أن مقـدرة المستهلك على شراء هذه السلعة بشكل أكبر.

ولو انخفض الدخل؟ سيكون العكس تماماً، سينتقل المنحنـى إلى الأسـفل(اليسـار) من (D_0) إلى (D_1). فمقدرة الشخص الآن عـلى شراء السـلعة أقـل مـن قبـل. (إذا زاد دخل المستهلك يزيد الطلب عليها وإذا انخفض دخل المستهلك قل الإقبال عليها).

ثالثاً/ أسعار السلع الأخرى، بديلة أو مكملة/ لنقل أن السـلع البديلـة هـي (Y)، و سعر السلعة (Y) ليس موجود على المحور الرأسي؟ فـالموجود هـو سـعر السـلعة (X). والمحور الأفقي يمثل الكميـة المطلوبـة للسـلعة (X). إذاً يعتـبر عامـل نقـل للمنحنـى، وبالتالي إذا ارتفعت أسعار السلع البديلة فمعنى هـذا أن منحنـى الطلـب سـينتقل إلى أعلى، لأنه إذا ارتفعت أسـعار السـلع البديلـة سـوف يقـوم الأفـراد بـترك هـذه السـلع البديلة ومن ثَمَّ تستفيد السلعة (X) من ارتفاع أسعار السلع البديلـة وسـيزيد الطلـب عليها لأن ثمنها لم يتغير ولم يرتفع وبذلك سينتقل منحنى الطلب إلى أعلى (إلى اليمين).

وإذا انخفضت أسعار السلع البديلة سوف ينتقل منحنى الطلـب إلى الأسـفل (إلى اليسار). لأن المستهلك سوف يذهب إلى السلع البديلة التي انخفض ثمنها، وسيقلل من استهلاكه لها، لأن سعرها أقل وبذلك سوف ينخفض الطلب عليها.

مرونات الطلب والعرض

أولاً: مرونات الطلب:

مرونات الطلب تشير إلى مدي استجابة الكمية المطلوبة من سلعة معينة إلى التغيرات في سعرها او التغيرات في الدخل النقدي المنفق على السلعة أو التغيرات في أسعار السلع الأخرى

وهكذا نستطيع أن نميز ثلاثة انواع من مرونات الطلب

- مرونة الطلب السعرية
- مرونة الطلب الدخلية
- مرونة الطلب التقاطعية

مرونة الطلب السعرية:

مرونة الطلب السعرية هي مدى استجابة الكمية المطلوبة من سلعة معينة إلى التغيرات في سعرها. وبعبارة أخرى، فإن مرونة الطلب السعرية تعني النسبة المئوية للتغير في الكمية المطلوبة من سلعة ما والناشئ عن التغير في سعر السلعة بمقدار واحد في المائة.

ويرمز الاقتصاديون إلى معامل مرونة الطلب بالحرف اليوناني (n) eta ولكننا سنرمز إليه بالحرف (Ed) للتبسيط في كتابته.

معمل مرونة الطلب السعرية = $Ed = \dfrac{\text{التغيير النسبي في الكمية المطلوبة}}{\text{التغيير النسبي في سعر السلعة}}$

ويمكننا كتابة (Ed) معامل مرونة الطلب السعرية بالمعادلة التالية:

$$Ed = \frac{\triangle Qd}{\triangle P} \cdot \frac{p}{Qd}$$

$$= \frac{\dfrac{\triangle Qd}{Qd}}{\dfrac{\triangle P}{P}}$$

حيث أن الرموز تشير إلى ما يلي:

الكمية = Qd

تغير الكمية المطلوبة = Qd △

السعر = P

تغير السعر = P△

ويكون معامل مرونة الطلب السعرية دائماً سالب الإشارة، بسبب العلاقة العكسية بين الكمية المطلوبة من السلعة وسعرها حسب قانون الطلب والأمثلة التالية توضح طريقة احتساب معمل مرونة الطلب السعرية.

مثال1: إذا انخفض سعر القميص من 10 دنانير إلى 8 دنانير، وزادت الكمية المطلوبة من القمصان من 100 قميص إلى 200 قميص والمطلوب أن نحسب مرونة الطلب السعرية على القمصان.

معامل مرونة الطلب السعرية =

$$\frac{\text{التغيير في الكمية المطلوبة}}{\text{الكمية المطلوبة}} \div \frac{\text{التغيير في السعر}}{\text{السعر}}$$

$$Ed = \frac{\triangle Qd}{\triangle P} = \frac{P}{Qd} = .\frac{200-100}{8-10}\ \frac{200-100}{8-10}$$

$$Ed = .\frac{100}{-2}\ \frac{1}{10} = \frac{100}{-20} = -5$$

مثال 2: إذا ارتفع سعر الحذاء من 20 دينار إلى 25 ديناراً، ونقصت الكمية المطلوبة من الأحذية من 100 حذاء إلى 80 حذاء في الأسبوع.فكيف نحسب معامل مرونة الطلب السعرية على الأحذية، باستخدام صيغة مرونة نقطة الوسط

واستعمال الرموز التالية:

الكمية الأولى Q1 = 100 حذاء

الكمية الثانية Q2 = 80 حذاء

السعر الأول P1 = 20 حذاء

السعر الثاني P2 = 25 دينارا

معامل مرونة الطلب السعرية =

أنواع مرونة الطلب السعرية:

بالإمكان ملاحظة خمسة انواع من مرونة الطلب السعرية:

أولاً: طلب مرن

ثانياً: طلب غير مرن:

ثالثاً: طلب أحادي المرونة (أو متكافيء المرونة)

رابعاً: طلب عديم المرونة:

خامساً: طلب لا نهائي المرونة الشكل

العوامل التي تؤثر على مرونة الطلب:

لماذا تختلف مرونة الطلب باختلاف السلع وباختلاف الزمان او المكان ؟ هناك عدة عوامل تؤثر على مرونة الطلب على السلعة ومنها.

أ) مدى ضرورة السلعة للمستهلك فكلما كانت السلعة ضرورية كان الطلب عليها اقل مرونة فالتغير في أسعار السلع الضرورية (الارز الدقيق، السكر،... الخ) لن يؤدي إلى تغير كبير في استهلاكها لأن الكمية المستهلكة من تلك السلع محدودة باحتياجات الأفراد ولن يقبلوا على الشراء منها بكثرة فيما لو ارتفعت أسعارها هذا كما انهم لن يخفضوا استهلاكهم منه تخفيضاً كبيراً فيما لو ارتفعت أسعارها هذا بعكس السلع الكمالية (السيارات، الكاميرات، المانجا، الاثاث،.... الخ) التي تؤدي التغير في أسعارها إلى تغيرات كبيرة في الكمية المشتراه منها لان مون تلك السلع كمالية يعني أن بعض الأفراد لا يشترونها لان أسعارها مرتفعة ولكن الانخفاض في الأسعار ربما يؤدي إلى زيادة ما يرغب الأفراد في شرائه من تلك السلع وربما يفسر

هذا تلك الحملات الإعلانية التي يلجأ إليها بعض بائعي السلع الكمالية كملابس الأطفال والنساء والأثاث لتسويق سلعهم فمرونة الطلب على تلك السلع مرتفعة مما يعني ان التخفيضات في الأسعار تؤدي إلى زيادة كبيرة في الكمية المطلوبة.

ب) مدى وجود بدائل للسعلة فالطلب على السلعة التي يوجد لها عدة بدائل أكثر مرونة من السلع ذات البدائل القليلة فالطلب على احد أصناف السيارات مرن لان هناك أصنافا أخرى بديلة لها وكذلك على خدمات الخياط عبد الرحيم. أما الطلب على بنزين السيارات فهو اقل مرونة لان بدائل البنزين قليلة والطلب على الاسمنت ذو مرونة قليلة نسبياً لقلة البدائل.

ج) نسبة ما ينفق على السلعة من دخل المستهلك فالطلب يكون اكثر مرونة بازدياد نسبة ما ينفقه المستهلك من دخله على السلعة فالملح الذي يشكل الانفاق عليه نسبة ضئيلة من دخل المستهلك لا يعير المستهلك التغيرات بأسعاره اهتماماً كبيراً فإذا كان ينفق 5 ريالات من دخله الشهري على الملح فإن تضاعف سعره لن يؤثر على الكمية المطلوبة وسيزيد مما ينفقه المستهلك إلى 10 ريالات وفي الجانب الأخر نرى أن أسعار السيارات أو البيوت مهمة جداً للمستهلك لأنه تشكل نسبة كبيرة من إنفاقه.

د) طول الفترة الزمنية او قصرها فالطلب على السلعة يكون اكثر مرونة كلما كانت الفترة الزمنية مجال البحث أطول فإذا ارتفعت أسعار بنزين السيارات فغن الكمية المطلوبة لن تتأثر كثيراً في الأجل القصير ولكن مع مرور المدة يلجأ الأفراد إلى شراء سيارات تستهلك من البنزين اقل مما يجعل الطلب على البنزين أكثر مرونة في الأجل الطويل

أما إذا انخفض السعر من 8 إلى 6 ريالات كما هو الحال في الشكل (4 -5) ب فإنه يلاحظ ان الاتخفاض في الإيراد الناتج عن انخفاض السعر يساوي الزيادة في الإيراد الناتج عن زيادة الكمية المطلوبة (المنطقة المنقطة) أي أن االزيادة الصافية في الإيراد تساوي

$$\triangle TR = Q_1 \triangle P + P_2 \triangle Q$$

$= (300 \times -2) + (6 \times 100) \qquad = 0$

لذلك ففي حالة الطلب ذي وحدة المرونة تكون الزيادة الصافية في الإيراد الناتجة عن انخفاض السعر مساوية للصفر أي أن الإيراد الكلي لا يتغير نتيجة انخفاض السعر.

اما إذا انخفض السعر من 6 ريالات إلى 4 كما في الشكل (4 -5) ج فإن الانخفاض في الإيراد الناتج عن انخفاض السعر (المنطقة المظللة) اكبر من الزيادة في الإيراد يساوي.

$$\triangle TR = Q_1 \triangle P + P_2 \triangle Q$$

$$\triangle TR = (400 \times -2) + (4 \times 100)$$

$$= -400$$

لذلك ففي حالة الطلب غير المرن يؤدي انخفاض السعر إلى انخفاض الإيراد الكلي

- مرونة العرض السعرية

مرونة العرض السعرية لا تختلف من حيث المفهوم عن مرونة الطلب السعرية ولا تقل أهمية عنها، فهي تعني مدى استجابة الكمية المعروضة من سلعة ما للتغيرات في سعرها.

ويتم احتساب معامل مرونة الطلب السعرية باستخدام الصيغة التالية:

معامل مرونة العرض السعرية (ES) = التغيير النسبي في الكمية المعروضة ÷ التغيير النسبي في سعر السلعة

$$ES = \frac{\frac{\triangle QS}{QS}}{\frac{\triangle P}{P}}$$

أي ان $\frac{\triangle QS}{\triangle P} \cdot \frac{P}{QS}$ =

والأمثلة التالية توضح مرونة العرض السعرية وهي دائماً موجبة بسبب العلاقة الطردية بين سعر السلعة والكمية المعروضة منها.

<u>مثال1:</u> إذا ارتفع سعر القميص من 5 دنانير إلي10 دنانير، ومن ثم وزادت الكمية المعروضة من القمصان من 1000 قميص إلى 3000 قميص، فإن

معامل مرونة العرض السعرية =

$$ES = \frac{(3000 - 1000)}{(10 - 5)} \times \frac{5}{1000}$$

$$ES = \frac{2000}{5} \times \frac{5}{1000} = 2$$

محددات مرونة العرض السعرية:

<u>اولا عامل الزمن:</u>

يعتبر الزمن اهم محمدد لمرونة العرض السعرية حيث تكون مرونة عرض السلعة قليلة جداً في المدى القصير لعدم تمكن المنتجين من الاستجابة للتغيرات في سعر السلعة وعدم استطاعتهم تغيير عناصر الانتاج اما في المدى الطويل فتصبح مرونة عرض السلعة عالية ويستطيع المنتجون زيادة الكمية المرعوضة منها والاستجابة للارتفاع في سعر السلعة

<u>ثانياً: قابلية السلعة للتخزين:</u>

كلما كانت السلعة قابلة للتخزين وغير سريعة للعطب كلما أصبحت مرونة عرضها اكبر إذا يستطيع منجوا السلعة زيادة عرضها او (تخفيضه) عن طريق

التخزين فإذا ارتفع السعر يزداد العرض وإذا انخفض السعر يقل الرعض ويزيد المخزون من السلعة.

ثالثاً: قابلية عناصر الإنتاج للانتقال

كلما كانت عناصر الإنتاج قالبة للتحول من إنتاج سلعة إلى أخرى كلما كانت مرونة عرض السلعة اكبر اما إذا كانت عناصر الإنتاج غير قابلة للتحول فإن المنتج لا يستطيع الاستجابة وزيادة عرض السلعة في حالة ارتفاع سعرها وتقليص عرض السلعة التي انخفض سعرها.

- أهمية المرونة:

بعد هذا الاستعراض قد يتساءل بعضنا عن الجدوى من دراسة موضوع المرونة الواقع أن فكرة المرونة من أكثر الموضوعات تطبيقاً في مجال السياسة الاقتصادية وهي مهمة جدا في الدراسات التي يقوم بها قطاع الاعمال لتسويق منتجاتهم. وربما ادركت الآن لماذا يقوم تجار الملابس (الرجالية او النسائية) بالإعلان عن تخفيضات موسمية في الأسعار فإذا كان الطلب على الملابس مرناً فإن التخفيضات في الاسعار تؤدي إلى زيادة الإيراد الكلي.

وفي مجال السياسة الاقتصادية تستخدم المرونة في الدراسات الخاصة بأثر الضرائب والاعانات او الرسوم الجمركية على الأفراد والمؤسسات. فعندما تقرر الدولة صرف إعانة لسلعة معينة فإن معرفة مرونة الطلب ومرونة العرض من تلك السلعة ضروري لتحديد الجهة الخاصة الت يتحصل على اكبر فائدة مكمنة من الإعانة وكذلك الحال في السياسات الخاصة بالضرائب او سياسات التسعيرالمختلفة.

توازن السوق:

⊙ هو الوضع الذي تم التوصل إليه فلا يوجد ما يدعو إلى تغييره ما لم تحدث تغيرات خارجية تؤدي إلى ذلك.

⊙ ثمن التوازن / هو الثمن المتحقق في السوق، بتساوي الكمية التي يكون المستهلكون مستعدون لشرائها من السلعة أو الخدمة، مع الكمية التي يكون المنتجون مستعدين لعرضها منها.

☐ الطلب يمثل رغبات المستهلكين ☐ العرض يمثل رغبات المنتجين

☐ التوازن هو التقاء رغبات المستهلكين مع رغبات المنتجين

☐ نقطة التوازن / نقطة تقاطع المنحنيين منحى الطلب ومنحى العرض. فالمستهلكون مقتنون لأن رغباتهم متحققة، والمنتجون مقتنعون أيضاً لأن رغباتهم متحققة. فليس هناك أي قوى تدفع بالتغيير.

⊙ إذاً هي نقطة التقاطع الوحيدة التي تحقق طلبات كلا من (المنتجين والمستهلكين) فيكون السعر توازني والكمية توازنية.

بمعنى ان الكمية المعروضة تساوي الكمية المطلوبة.

⊙ لايجاد التوازن نضع معادلتين: دالة الطلب و دالة العرض ونوجد الحل الجبري لهما.إما نوجد الشكل البياني أو مساواة الكمية المطلوبة مع الكمية المعروضة.

مثال: إذا كانت دالة الطلب: $Qd = 12 - 2P$

ودالة العرض: $Qs = -3 + 3P$

✓ نقوم بحل المعادلتين جبريا لنساوي الكمية المطلوبة مع الكميه المعروضة كالتالي:

12-2P =-3+3P

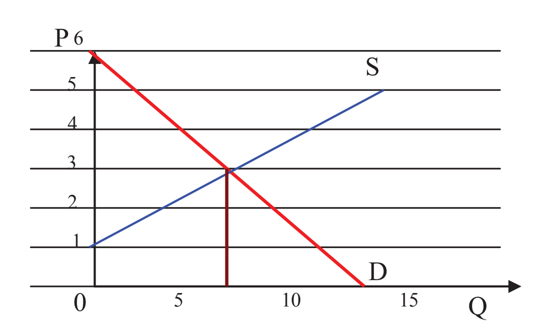
12+3=2P+3P

15=5P

P=3

⦿ إذن السعر التوازني = 3

⦿ لإيجاد الكمية التوازنية نعوض بأي من المعادلتين باستخدام السعر التوازني:



$$Qd = 12 - 2P$$

Qd = 12-2×3 = 12-6= 6

من خلال رسم المعادلتين نلاحظ أن منحى العرض كما هو المعتاد بشكله الموجب ومنحنى الطلب بشكله السالب.

يتم رسم معادلة العرض ومعادلة الطلب من خلال وضع جدول وتحديد نقطتين فقط.

نستنتج أن رغبات البائعين ورغبات المشترين تتلاقى عند هذه نقطه التوازن (نقطة توازن السوق).

⦿ تمرين/

لو أعطينا معادلتين : معادلة الطلب / Qd =160-24P

ومعادلة العرض / Qs =-20+6P

فأوجد كل من ثمن التوازن والكمية التوازنية جبريا ثم أكمل الجدول.

ثمن السلعة	0	2	4	6	8	10	12
الكميـــــــة المطلوبة							
الكميـــــــة المعروضة							

الحل /

✓ نقوم بحل المعادلتين جبريا لنساوي الكميـة المطلوبـة مـع الكميـه المعروضـة كالتالي:

$160-24P =-20+6P$

$160+ 20=+24P+6P$

$180=30P$

$P=6$

⦿ إذن السعر التوازني = 6

⦿ لإيجاد الكمية التوازنية نعوض بأي من المعادلتين باستخدام السعر التوازني:

$Qd =160-24P$

$Qd = 160-24×6 = 160-144= 16$

⦿ نعوض في المعادلات لإكمال الجدول. وعند الوصول عند 6 سـتجد أن الكميـة المطلوبة16 والكمية المعروضة 16 ونجد أن هذه نقاط التوازن.

⦿ تغيرات وضع التوازن:

إن ثمن التوازن المتحقق في السوق لا يبقى مستقراً عـلى حالـه، إنمـا يتغـير نتيجـة لتغيرات قوى الطلب أو قوى العرض أو كليهما.

يمكن أن يتغير أحد العوامل سواء العوامل المؤثرة في الطلب أو العوامل المؤثرة في العرض أو العوامل المؤثرة في الاثنين وبالتالي سيكون عندنا/

أولاً: تغير الطلب مع ثبات العرض/

إذا تغير أي عامل من العوامل المؤثرة في الطلب سيكون عندنا تغير الطلب مع ثبات العرض. و سينتقل منحى الطلب إلى اليمين إذا زاد الدخل مع بقاء منحى العرض.

ثانياً: تغير العرض مع ثبات الطلب/

نجد أن العرض هو الذي يتغير والطلب هو الذي يثبت لأن العوامل المؤثرة في العرض هي التي تغيرت.

فقد ينتقل منحنى العرض إلى اليمين، بسبب التقدم التقني أو انخفاض أسعار عناصر الإنتاج، وبالتالي سنجد أن الكمية التوازنية ستزيد والسعر سيقل.

ثالثاً: تغير الطلب والعرض معاً/

أي أن الطلب والعرض كلاهما ينتقلان وهناك عدة احتمالات للانتقال يكون الانتقال إلى اليمين أو اليسار وبالتالي سيكون عندنا أربعة حالات:

1.حالة زيادة الطلب وزيادة العرض: بمعنى أن منحى الطلب سينتقل إلى الأعلى واليمين ومنحنى العرض سينتقل إلى الأسفل واليمين، كل ذلك بسبب زيادة العرض والطلب. في مثل هذه الحالة سنجد أن الكمية التوازنية زادت، أما السعر التوازني فلا نستطيع الجزم بارتفاعه أو انخفاضه لأن ذلك يعتمد على مقدار التغير في العرض والطلب.

2.حالة نقص الطلب ونقص العرض: إذا رسمنا منحنى عرض وطلب أصليين ثم نفترض انخفاضاً في الطلب والعرض أي أن منحنى الطلب سينتقل إلى اليسار وإلى الأسفل. ومنحنى العرض سينتقل إلى اليسار أو إلى الأعلى. وهنا في مثل هذه الحالة نستطيع الجزم بأن الكمية التوازنية سوف تقل، وما سيحدث للسعر فذلك يعتمد على مقدار التغير في الطلب ومقدار التغير في العرض أيهما أكبر.

3.حالة زيادة الطلب ونقص العرض: أي أن منحنى الطلب سينتقل إلى اليمين ومنحنى العرض سينتقل إلى اليسار. و في مثل هذه الحالة الذي نستطيع أن نجزم

به أن السعر التوازني قد ارتفع بسبب العاملين. أما ما حصل للكمية التوازنيـة فيعتمـد ذلك على مقدار التغير في العرض والطلب.

4.حالة نقص الطلب وزيادة العرض: أي أن منحنى الطلـب سـينتقل إلى اليسـار و منحنى العرض سينتقل إلى اليمين. وهنا نسـتطيع أن نجـزم أن السـعر سـينخفض، أمـا الكمية التوازنية فلا نستطيع الجزم بما سيحدث لها لأن ذلك يعتمد على مقـدار التغـير في الكمية في العرض والطلب.

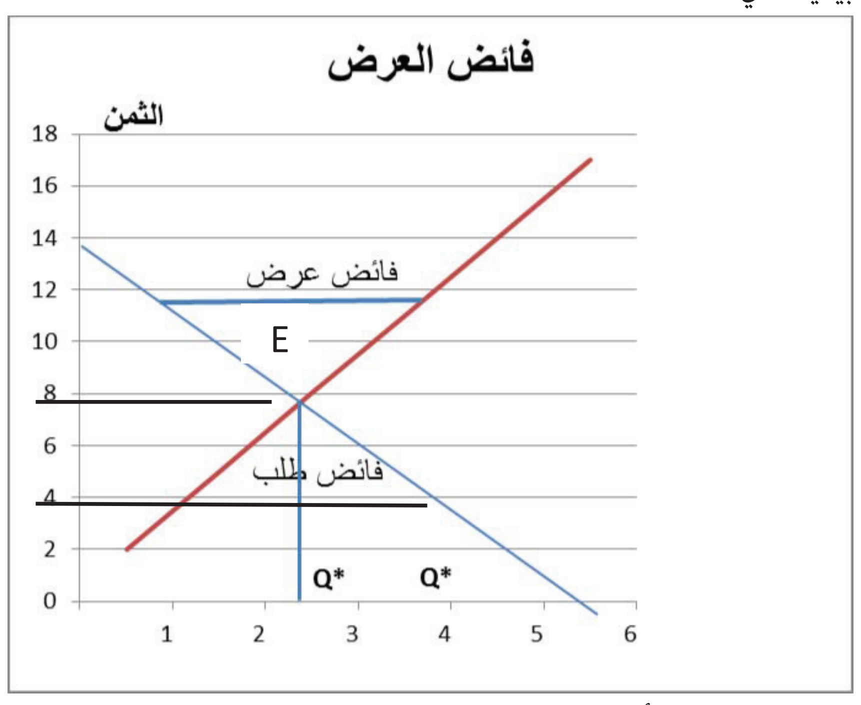
الطلب والعرض وتوازن السوق

ثمن السلعة	الكمية المطلوبة	الكميـــــــــة المعروضة
0	12	2
1	10	5
2	8	8
3	6	11
4	4	14
5	2	17

في سوق المنافسة الكاملة يتحدد ثمن التوازن للسلعة بالتفاعل بين الطلب الكلي و العرض الكلي للسلعة، فالتوازنEquilibrium هو "الوضع الذي إن تم التوصل إليه فلا يوجد ما يدعو إلى تغييره ما لم تحدث تغيرات خارجية تـؤدي إلى ذلـك". وثمـن التـوازن هو "الثمن الذي يجعل هناك توازن بين الكمية المطلوبة من السلعة من قبل المشترين مع الكمية المعروضة منها من قبل البائعين". وبالاعتماد عـلى جـدول الطلـب والعـرض للسلعة يمكن تحديد ثمن التوازن والكمية التوازنية وذلك على الوجه التالي:-

يتبين من الجدول السابق أن ثمـن التـوازن هـو (2) وهـو الـثمن الـذي يـؤدي إلى وجود التوازن أو التساوي بين الكمية المطلوبة و الكمية المعروضة من السـلعة، وهـذه الكمية تكون هـي الكميـة التوازنيـة (8) وحـدات و هـي الكميـة التـي سـيتم تبادلهـا

بالبيع والشراء في السوق عند الثمن التوازني. ويمكن توضيح وضع التوازن في السوق بيانيا كالآتي:



يتبين من الرسم أن وضع التوازن يتحدد عند النقطة (E) وهي نقطة تقاطع دالتي الطلب والعرض، ومن هذه النقطة يتحدد كل من ثمن التوازن(P*) والكمية التوازنية (Q*).

وإذا فرض وكان ثمن السلعة في السوق أعلى من الثمن التوازني عند المستوى (P) فسيكون هناك فائض عرض حيث تكون الكمية المعروضة أكبر من الكمية المطلوبة عند هذا الثمن المرتفع للسلعة. وهنا يتجه الثمن نحو الانخفاض ليعود إلى المستوى التوازني (P*)، لأن انخفاض الثمن سيجعل الكمية المطلوبة تزداد من ناحية والكمية المعروضة تنخفض من ناحية أخرى ليتوازن السوق بعد ذلك بتساوي الكمية المعروضة والكمية المطلوبة ويختفي فائض العرض.

أما إذا فرض وكان ثمن السلعة السائد في السوق عند مستوى أقل من التوازن وليكن (P) فسينشأ فائض طلب حيث تكون الكمية المطلوبة أكبر من الكمية المعروضة، الأمر الذي يدفع الثمن للارتفاع فتقل الكمية المطلوبة من جهة

وتزيد الكمية المعروضة من جهة أخرى ليعود الثمن إلى وضع التوازن عند النقطة (E) وتختفي فجوة فائض الطلب. ويستقر الثمن عند المستوى (P^*) وتكون الكمية التوازنية (Q^*) هي الكمية التي يتم تبادلها بالبيع والشراء من السلعة عند هذا الثمن التوازني. وهذا التفاعل الحر بين الطلب والعرض يحدث في سوق المنافسة الكاملة التي عرفناها من قبل.

<u>توازن السوق رياضياً:</u>

يمكن تحديد وضع التوازن في سوق السلعة وبالتالي تحديد ثمن التوازن والكمية المطلوبة والمعروضة التوازنية باستخدام معادلات الطلب والعرض بالطريقة الرياضية التالية:-

بالاعتماد على جدول الطلب والعرض السابق نجد أن المعادلات الممثلة للطلب و العرض هي:

معادلة الطلب: $Q_d = 12 - 2P$ معادلة العرض: $Q_S = 2 + 3P$

وعند وضع التوازن تكون الكمية المطلوبة = الكمية المعروضة

$$Q_d = Q_S$$

$$12 - 2P = 2 + 3P$$

$$12 - 2 = 3P + 2P$$

$$10 = 5p$$ وهذا هو الثمن التوازني.$P^* = 2$

أما الكمية التوازنية فيمكن الحصول عليها بتعويض ثمن التوازن في أي من دالتي الطلب أو العرض أو كلاهما للتأكد من تساوي الكمية في الدالتين، وذلك على النحو:

$$2 + 3P$$

$$= 2 + 3(2)$$

$$= 2 + 6$$

$$= Q_S = 8$$

$$Q_d = 12 - 2P$$
$$= 12 - 2(2)$$
$$= 12 - 4$$
$$8 = Q_d$$

يتبين من ذلك أن الثمن التوازني للسلعة مساوياً (2) و الكمية التوازنية تساوي (8) وحدات. وبهذه الطريقة نكون قد حصلنا على كل من ثمن التوازن والكمية المطلوبة والمعروضة التوازنية جبرياً أو رياضياً.

الفصل الرابع

نظرية سلوك المستهلك

سلوك المستهلك

هناك عدَّة تعريفات لسلوك المستهلك، منها: أنه: "السُّلوك الـذي يَسْـلكه الفـرد في تخطيط وشراء السلعة، ثم أخيرًا استهلاكها"[1]، وكذلك عُرِّف بأنه: "الخُطوات التي يتبعها الأفراد في تقرير الشراء؛ تقرير نوعية ما يَشـتري مـن سِـلَع أو خـدمات، توقيـت الشِّراء، كيفية الشراء، ومن أين يتم الشراء"[2] وأيضًا سلوك المسـتهلك هـو: "الأفعـال والخطـوات والعلاقات التي يَسْلكها الأفراد؛ للحصول على السِّلع والخدمات واستهلاكها"[3].

محدِّدات سلوك المستهلك ما يلي:

1 - الدَّخْل: الـذي يحصـل عليـه المسـتهلك؛ إذْ يتوقَّـف حجـم الاسـتهلاك عـلى حجـم الدخل، فكلما زاد الدخل زاد الاستهلاك بنسبة أقلَّ من نسبة زيادة الدخل.

2 - كيفية توزيع الدخل: بين ما يُنفق على الاستهلاك، وما يمكن ادِّخـاره منـه، وتـؤدِّي زيادة الادِّخار - غالبًا - بنسبة أكبر من نسبة زيادة الاستهلاك، ويتوقَّف ذلك على مستوى الدخل أولاً.

3 - الحاجات الشخصية لأفراد المجتمع: إذْ يختلف الاستهلاك كمًّا ونوعًا باختلاف ميول المسـتهلك الشخصـية، وحالتـه الاجتماعيـة، وظروفـه العائليـة، وأحوالـه البيئيـة، والمجتمع الذي يعيش فيه.

4 - الثمن المحدد للسِّلع والخـدمات: فكلـما زادت الأسـعار، قـلَّ الاسـتهلاك - غالبًـا – طالما ظل الدخل ثابتًا. [4]

نظرية سلوك المستهلك

تقوم نظرية سلوك المستهلك على فكرة المنفعـة utility التـي يمكـن تقسـيمها إلى تحليـل المنفعـة الرقمـي ، وأداتـه التحليليـة قـانون تنـاقص المنفعـة الحديـة و تحليـل

[1] Runyon - Consumer Behavior, Charle Merrill - Publishing Company, 1980, p. 48.

[2] Paul - Consumer Behavior, Irwin, 1970, p. 6.

[3] Zaltman - Consumer Behavior, John Wiley, 1979, p. 6.

[4] Newman - On Knowing the Consumer, John Wiley and sons Inc., New York, 1966, p. 23 - 37.

المنفعة الترتيبي ، وأداته التحليلية منحنيات السواء. وينص قانون تناقص المنفعة الحدية على أن المنفعة التي تعود للمستهلك لدى استهلاكه سلعة معين تتجه إلى التناقص مع زيادة عدد الوحدات التي يستهلكها منها.

ويحقق المستهلك التوازن في ضل تحليل المنفعة الرقم عندما تتساوى المنفعة الحدية للسلعة مع منفعة ما يدفع للحصول عليها.

وعندما يستهلك المستهلك أكثر من سلعة فان تحقيق أقصى إشباع ممكن بالنسبة له يتحقق عندما يتساوى ما يشتريه الريال الواحد من منفعة بالنسبة لجميع السلع.

أولا: المنفعة الكلية والمنفعة الحدية:

يسعى المستهلك المدرك إلى تحقيق أقصى إشباع ممكن في حدود الدخل الذي في حوزته. ولذا فأنه يقوم بتوزيع إنفاقه على السلع المختلفة التي يشتريها بحيث بحيث يحقق أقصى ما يمكن تحقيقه من إشباع.وعملية شراء السلع التي يقوم بها المستهلك ليست إلا عمليه مبادلة منافع. فالنقود التي في حوزت المستهلك هي مقدار من المنفعة كما أن السلع التي يشتريها هي أيضا مقدار المنفعة. فالمستهلك إذا يعطي كمية من المنفعة ويحصل مقابلها على كمية أخرى من المنفعة ويحصل المستهلك على ربح منفعي (فائض) لو قدم كمية من المنفعة تقل عن الكمية التي حصل عليها.

أي أن عمليات شراء السلع تستند إلى المنفعة والمنفعة فكرة نفسية بحتة. كما أن المنفعة التي تعود من سلعة بعينها تتغير من وقت لأخر ومن مكان لأخر. ومع هذا تضل المنفعة أساس تحديد الكمية التي يرغب فيها المستهلك من أي سلعة أخرى.

فإذا قصرنا تحليلنا على البرتقال فلا شك أن المنفعة وتقيسها درجة الإشباع التي تعود من استهلاك البرتقال تعتمد على الكمية الكلية التي يستهلكها الفرد منه. فإذا تصورنا أن الفرد يستهلك وحدات متتالية من البرتقال فانه يشعر أن البرتقالة الأولى تعطيه إشباع معينا كما أن البرتقالة الثانية تعطيه إشباع معينا إضافي. والإشباع الذي يعود من البرتقالتين يزيد عن الإشباع الذي يعود من برتقالة واحدة. ومع هذا فان الإشباع الذي يعود من البرتقالة الثانية يقل عن الإشباع

الذي يعود عن البرتقالة الأولى وذلك لان التقييم الذي يعطيه الفرد لكل وحده إضافية يستهلكها يتجه للتناقص كلما زادت الوحدات المستهلكة.

أما الإشباع الكلي الذي يعود من جميع الوحدات المستهلكة فانه يتزايد بتزايد عدد الوحدات المستهلكة. ولذا يجب التفرقة بين المنفعة الكلية للسلعة ويقيسها الإشباع الكلي ، وبين المنفعة التي تعود من كل وحدة إضافية تستهلك من السلعة ، ويقيسها الإشباع الإضافي الذي يحصل عليه المستهلك من كل وحدة إضافية.

فالمنفعة الكلية هي مجموع المنفعة التي تعود من كل الوحدات المستهلكة من سلعة معينة. وتزداد المنفعة الكلية بازدياد السلعة فتسمى المنفعة الحدية وتعريف المنفعة الحدية هو: التغير في المنفعة الكلية نتيجة تغير الاستهلاك من سلعة معينة بوحدة واحدة. والمنفعة الحدية تتناقص كلما زادت الكمية المستهلكة من السلعة. وعليه فان المنفعة الكلية التي يحصل عليها الفرد من استهلاك البرتقال تزداد كلما زادت الوحدات المستهلكة منه. وحيث أن المنفعة الحدية تتناقص بتزايد الوحدات المستهلكة فان تزايد المنفعة الكلية يكون بشكل متناقص.

وسبب تناقص المنفعة الكلية يكون بشكل متناقص. وسبب تناقص المنفعة الحدية (أو التناقص في معدل زيادة المنفعة الكلية) هو أن هنالك ميلا أساسيا للمقدرة النفسية عند الإنسان. لإنقاص وزن وتقدير (أهمية) كل وحدة إضافية كلما زادت الكمية المستهلكة من السلعة. وهذا هو ما يعرف بقانون تناقص المنفعة الحدية.

ويصف قانون تناقص المنفعة الحدية السلوك النفسي للإنسان في تقدير المنفعة الحدية كلما زادت الكمية المستهلكة من السلعة وقد وضع هذا القانون ، وهو يشبه قانون تناقص الغلة قبل حوالي مئة سنة وهو ينص على ما يأتي:

عندما تزداد الكمية المستهلكة من سلعة ما فان المنفعة الحدية التي تعود منها تميل إلى التناقص.

ثانيا: تتزايد المنفعة الكلية التي تعود من استهلاك البرتقال وذلك بزيادة الكمية المستهلكة منه غير أن تزايد هذه المنفعة هو بمعدل متناقص. ومعنى هذا أن المنفعة الحدية (أي المنفعة التي تعود من استهلاك وحدة إضافية) تتجه إلى

التناقص. ويعطي العمود الثالث من الجدول المنفعة الحدية. ويتضح من هذا العمود تناقص المنفعة الحدية بزيادة الاستهلاك.

المنفعة الحدية

هي منفعة الوحدة الأخيرة، أو الوحدة التي تشبع أقل الحاجات بحيث يمتنع الشخص - عند الوصول إليها - عن طلب وحدات إضافية جديدة من ذلك الشيء (سلعة أو خدمة)، إما لأن المنفعة منها تنعدم، أو لأنه يفضل أن يشبع حاجات جديدة.

نظرية المنفعة وهي درجة الإرضاء أو الإشباع التي تكتسب من اقتناء سلعة أو الإستفادة من خدمة للمستهلك، وهذه المنفعة هي هدف المستهلك.

نظرية المنفعة تساعد على توضيح لماذا منحنى الطلب ينحدر لأسفل أو بالأحرى سر العلاقة العكسية بين الكمية المطلوبة والسعر وذلك بأن المنفعة الحدية تتناقص وأن المستهلك سوف يشترى وحدات أضافية من هذه السلعة إذا أنخفض السعر، وبالإضافة لذلك إذا كانت العوامل الأخرى ثابتة فإن التناقص البطيء أو (السريع) في المنفعة الحدية من استهلاك سلعة ما سوف يدلنا على مرونة الطلب السعرية مرنة أو (غير مرنة).

قانون تناقص المنفعة الحدية: كلما زادت الكمية المستهلكة من سلعة ما، فإن المنفعة الحدية من تلك السلعة تأخذ في التناقص.

شرط تعظيم المنفعة: هو أن يحصل المستهلك ذو الدخل الثابت والذي يواجه أسعاراً معينة للسلع المختلفة في السوق أقصى إشباع أو منفعة حين تكون المنفعة الحدية لآخر دولار أنفق على كل سلعة مماثلة تماماً للمنفعة الحدية لآخر دولار أنفق على أية سلعة أخرى.

عندما يتم العمل بمعادلة تعظيم المنفعة السابقة إدراجها، فإن الفرد يكون قد استهلك بأسلوب تعظيم الربحية. ولكن مع وجود دخل ثابت أو مؤكد فإنه لا يتم تحقيق أقصى منفعة.[1]

---

[1] حسن النجفي، القاموس الاقتصادي - بغداد 1977م - صفحة 199

طرق قياس المنفعة

الطريقة العددية:

وهي قياس المنفعة بشكل عددي يكون المقياس فيها هو وحدة المنفعة كأن نقول مثلا أني حصلت على منفعة قدرها: 50 وحدة منفعة من البرتقـال و40 وحـدة منفعـة من الليمون.

الطريقة الترتيبية:

وهي قياس المنفعة المتحصلة من سلعة ما بمقيـاس المنفعـة المتحصـلة مـن سـلعة أخرى، كأن نقول مثلاً أننا نحب العصير أكثر بالنسبة لشراب البيبسي ويلاحظ هنا أننا لم نفعل مثل الطريقة العددية بإعطاء قيمة عددية للمنفعة.

ويمكن تعريف المنفعة الحدية بأنهـا مقـدار الإشـباع الإضـافي الـذي يحصـل عليـه المستهلك نتيجة استهلاك وحدة إضافية من السلعة.

أي أنها عبارة عن التغير الحاصل في المنفعة الكلية نتيجة اسـتهلاك وحـدة واحـدة إضافية من السلعة.

$$MU = \Delta TU \div \Delta Q$$

المنفعة الحدية MU	المنفعة الكلية TU	عدد الوحدات
3	3	1
6	9	2
9	18	3
8	26	4
5	31	5
1	32	6
0	32	7
2-	30	8
1-	27	9

سلوك المنفعة الكلية والمنفعة الحدية

نلاحظ أن المنفعة الكلية تتزايد بازدياد عدد الوحدات المستهلكة من السلعة) وذلك حتى تصل إلى الحد الأقصى (TU=32) وحدة منفعة عند (التفاحة) السابعة. وبعد (التفاحة) السابعة فإن تناول أي وحدة إضافية سيعمل على إنقاص المنفعة الكلية.

أما المنفعة الحدية (MU = التغير في المنفعة الكلية مقسوما على التغير في عدد الوحدات المستهلكة) فتتزايد إلى أن نصل إلى السلعة (التفاحة) الثالثة (9) ثم تبدأ بالانخفاض إلى أن نصل إلى الصفر وذلك عند استهلاك الوحدة السابعة (MU=0) حيث تكون المنفعة الكلية عند أقصى مستوى لها. وتصبح المنفعة الحدية سالبة عند استهلاك أي (تفاحة) بعد (التفاحة) السابعة. إذن نستنتج أن المنفعة الحدية:

تتزايد في البداية إلى أن تصل لأقصى حد لها.

تتناقص بعد الوصول إلى أقصى حد لها.

تصل إلى الصفر (و تكون المنفعة الكلية عند أقصى مستوى لها).

تصبح سالبة (وتكون المنفعة الكلية متناقصة).

ويصف الشكل التالي كل من المنفعة الكلية (TU) والمنفعة الحدية (MU):

عندما تكون المنفعة الكلية متزايدة بمعدل متزايد تكون المنفعة الحدية متزايدة (الوحدة 1 و 2 في الجدول).

عندما تبدأ المنفعة الكلية بالتزايد بمعدل متناقص تكون المنفعة الحدية متناقصة (الوحدة 3 و 6 في الجدول).

عندما تصل المنفعة الكلية إلى الحد الأقصى تكون المنفعة الحدية مساوية للصفر (الوحدة 7 في الجدول).

عندما تبدأ المنفعة الكلية بالتناقص تكون المنفعة الحدية سالبة (الوحدة 8 و 9 في الجدول).

قانون تناقص المنفعة الحدية

لاحظنا من المثال السابق أن المنفعة الحدية تتزايد في البداية لكن تتناقص مع زيادة عدد الوحدات المستهلكة من السلعة حيث تقوم الوحدات الأولى المستهلكة من السلعة بإعطاء المستهلك درجة أعلى من الإشباع (لأن المستهلك قد يكون متلهفاً على السلعة مثلاً)، أما الوحدات التالية المستهلكة فتعطي المستهلك درجة أقل من الإشباع (إلى أن تصل المنفعة الكلية لأقصى مستوى لها، وتكون المنفعة الحدية مساوية للصفر) ثم تبدأ بالانخفاض بعد ذلك. وعند استهلاك وحدات إضافية أكثر فإن ذلك سيؤدي إلى انخفاض المنفعة الكلية المحققة (و تكون المنفعة الحدية سالبة في هذه المرحلة). إذن فاستهلاك الوحدات الأولى من السلعة يعطي مقدار إشباع أكبر من استهلاك الوحدات الأخيرة من السلعة. وينص قانون تناقص المنفعة الحدية على:

عند استهلاك وحدات متتالية من سلعة معينة فإن مقدار الإشباع الذي يحصل علية المستهلك يأخذ بالتناقص بعد استهلاك وحدات معينة من السلعة وفي المثال السابق، يبدأ قانون تناقص المنفعة الحدية عند استهلاك الوحدة الثالثة من السلعة.

نظرية منحنيات السواء

تحليل سلوك المستهلك باستخدام منحنيات السواء:

ويقوم هذا التحليل على اساس القياس الترتيبى للمنفعة اى تحديد مدى اهمية الشئ مقارنة بشئ اخر حيث يقوم المستهلك بترتيب المجموعات المختلفة وفقا لاهميتها النسبية بالنسبة اليه وبصرف النظر عن اثمان السلع فى السوق

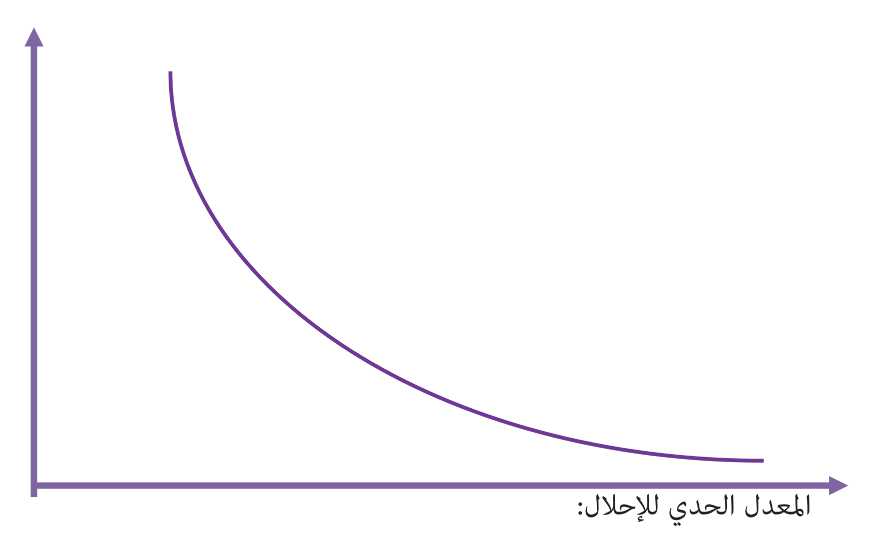
وكان الاقتصادى فرانسيس إدجورث أول من استعملها عام 1881 تلها الفريدو باريتو عام 1909، ثم انتشر استخدمها على يد الاقتصادى جون هيكس عام 1939

تعريف منحنيات السواء: هى التوليفات المختلفة من سلعتين او اكثر و التى تحقق للفرد ذات المستوى من الاشباع .

طبيعة منحنيات السواء: تتمثل فى صورة بيانية لتعبر عـن ذوق المسـتهلك الفـردى وتفضيلاته خلال فترة زمنية معينة و التى يمكن اشـتقاقها عـن طريـق مواجهتـه بعـدة مجموعات مـن السـلع و الخـدمات للاختيـار مـن بينهـا ويسـتند هـذا إلى أفـتراض أن المستهلك يستطيع تحديد المجموعات التى تعطيه إشباعا أكبر والتى تعطيه اشباع اقل

جدول السواء: ويسمى بجدول السـواء لان كـل التوليفـات تعطـى المتهلـك نفـس مستوى الاشباع

المجموعة السلعية	الاولى	الثانية	الثالثة	الرابعة
وحدات من (س)	10	7	5	4
وحدات من (ص)	2	4	6	8



المعدل الحدي للإحلال:

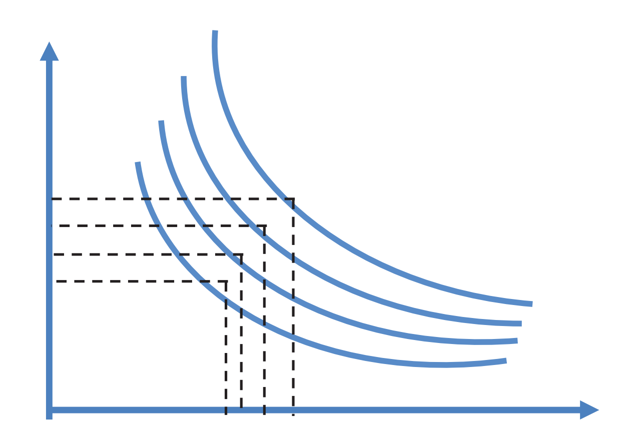
هو المعدل الذى يكـون بـه اسـتبدال كميـة صـغيرة مـن إحـدى السـلعتين مقابـل الحصول على وحدة أضافية من السلعة الاخرى مع المحافظة على نفـس المسـتوى مـن الاشباع ويمكن قياسه من خلال المعادلة التالية

معدل الاحلال = Δ س / Δ ص

ويلاحظ على بيانات الجدول السابق ان هـذا المعـدل متنـاقص و الاكـان المنحنـى خط مستقيم

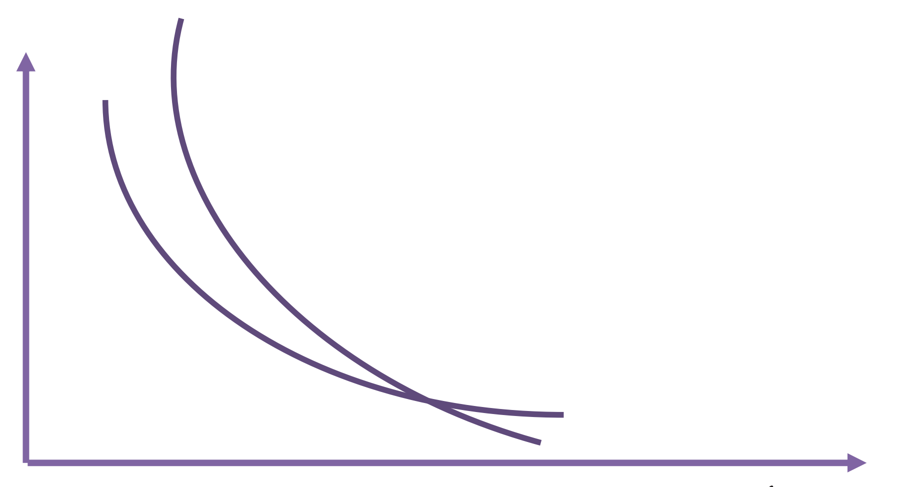
المجموعة السلعية	ج1	ج2	ج3	ج4
وحدات من س	10	7	5	4
وحدات من ص	2	4	6	8
معدل الاحلال الحدى		1.5	1	0.5

خريطة السواء:هى صورة بيانية لتفضيلات المستهلك



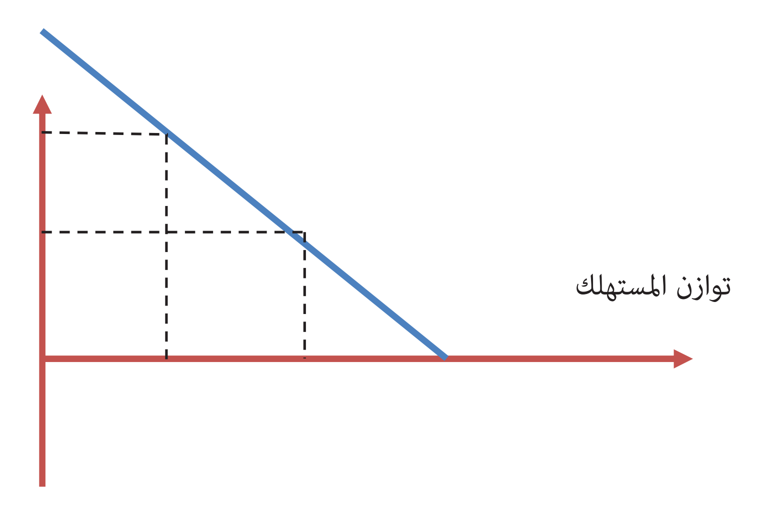
خصائص منحنيات السواء:

1- تنحدر منحنيات السواء من أعلى جهة اليسار الى أسفل جهة اليمين
2- منحنيات السواء محدبة تجاه نقطة الاصل
3- انتقال منحنيات السواء لاعلى تعنى زيادة الاشباع
4- عدم تقاطع منحنيات السواء



خط الميزانية أو الثمن:

حيث يقيد المستهلك بمجموعة من القيود مـن اهمهـا دخلـه المحـدود واسـعار السـلع المحددة وهي عوامل مفروضة عليه و بالتالى فهو يحدد حجم استهلاكه فى ظل هذه القيود



توازن المستهلك

إن هدف المستهلك الرئيسي هو تعظيم منفعته ويكون المسـتهلك في حالـة تـوازن عند تحقق شرطي التوازن التاليين: 1- إنفاق كل الدخل على السلع والخدمات: 1) = I PXQX + PYQY (يقوم المستهلك بإنفاق كل دخله (I) عـلى السـلع التـي يسـتهلكها X) و 2 (Y- تساوي المنفعة الحدية للدينار المنفق على السلع والخـدمات المسـتهلكة: 2) (MUY\PY) = (MUX\PX) المنفعة الحدية مـن السـلعة X مقسـوماً عـلى سـعر

السلعة X = المنفعة الحدية من السلعة Y مقسوماً على سعر السلعة Y (تساوي المنفعة الحدية للدينار المنفق)

توازن الفرد المستهلك

ان توازن الفرد المستهلك في ظل هذه النظرية (حصوله على اقصى اشباع ممكن بحدود دخله) وذلك عندما يتحقق شرطان وهما:-

1. ان تكون المنفعة الحدية لكل سلعة منسوبة الى سعرها متساوية

$$\frac{MUy}{Py} = \frac{MUx}{Px} \ldots\ldots \frac{MUn}{Pn} \ldots\ldots\ldots \quad ..1$$

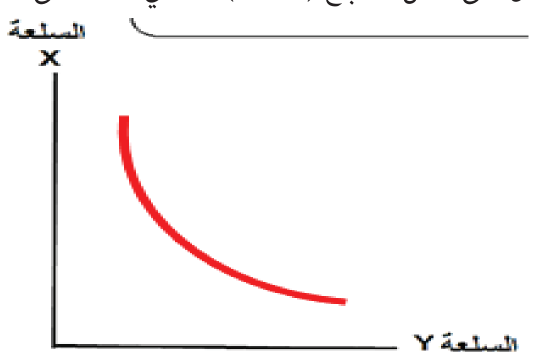
2. اما الشرط الثاني فان جميع الكميات من السلع مضروبة في اسعارها تساوي الدخل او ما هو مخصص لها من الدخل.

$$Qx.Px + Qy.Py = I....2$$

<u>منحنى سواء الفرد المستهلك Indifference Curve</u>

منحنى سواء الفرد المستهلك عبارة عن منحنى سالب الميل ينحدر من اعلى اليسار الى اسفل اليمين، محدب نحو نقطة الاصل وأن أي نقطةً عليه

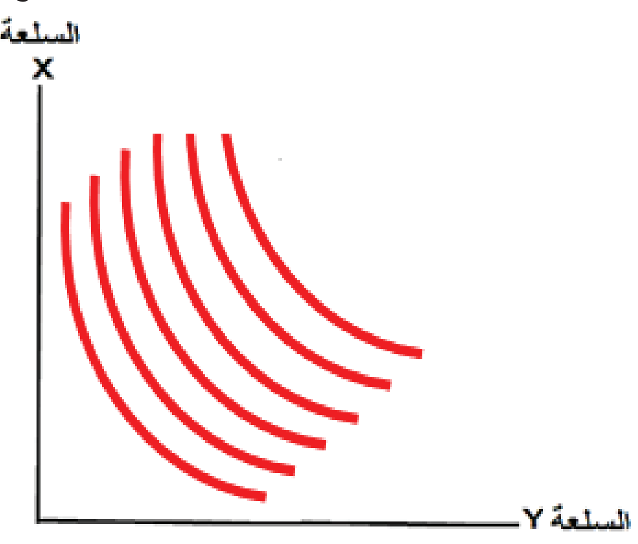
(سواء) فهي تحقق نفس الاشباع (المنفعة) ولكن بتوليفات مختلفة (اي كميات مختلفة من السلعتين Y،X). فمستوى المنفعة على منحنى السواء ثابت لجميع النقاط الواقعة عليه عند الانتقال من أعلى إلى أسفل وبالعكس أيضاً، وبالتالي فان المستهلك يحصل على نفس الاشباع (المنفعة) عند أي نقطة على منحنى السواء.



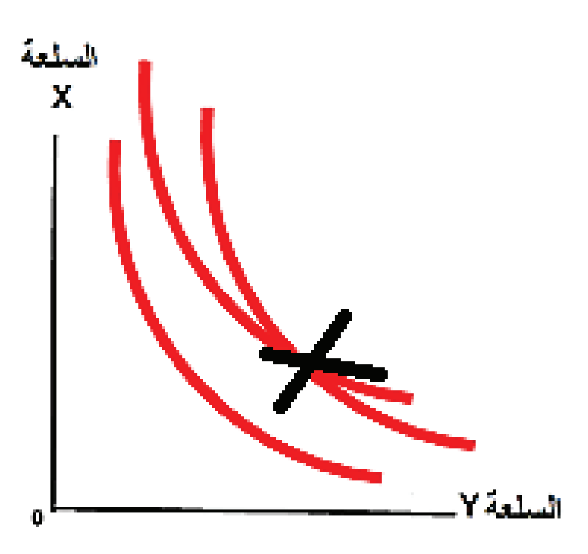
2.خصائص منحنيات السواء

الخاصية الأولى: منحنيات السواء تنحدر من أعلى اليسار إلى أسفل اليمين. اي أنها سالبة الميل وتعكس العلاقة الاحلالية بين السلعتين (X وY) اي ان المستهلك اذا مارغب في زيادة كمية السلعة (X) فعليه ان يقلل من السلعة (Y).

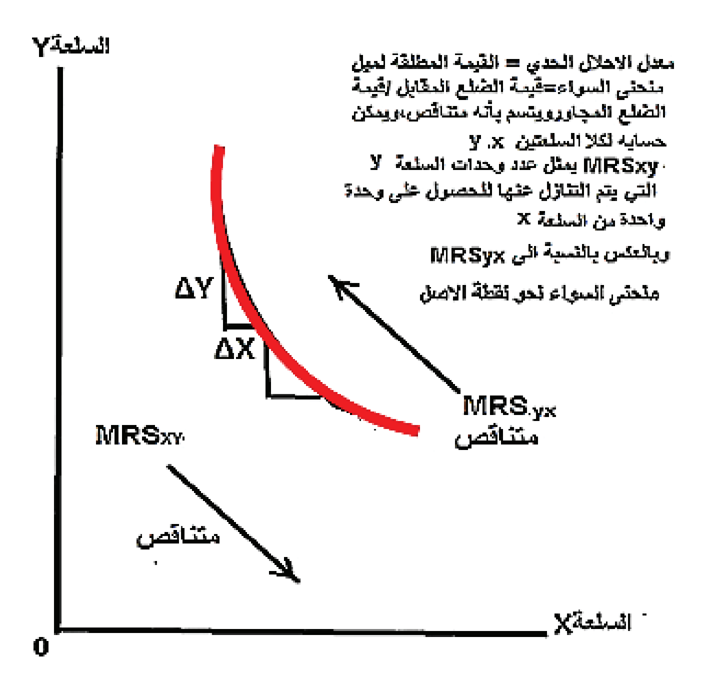
الخاصية الثانية: هناك عدد لانهائي من منحنيات سواء مستهلك، يطلق عليها خارطة سواء الفرد المستهلك، كل منحنى منها يعطي مستوى معين من الاشباع (المنفعة) فكلما ابتعدنا عن نقطة الاصل يكون منحنى السواء ذات اشباع اكبر.



الخاصية الثالثة:- أن منحنيات السواء لا تتقاطع أبداً لأن كل منحنى يعطي مستوى اشباع يختلف عن الآخر. فإذا تقاطعا فهذا يعني أن نقطة تقاطعهما تعطي نفس الإشباع وهذا يخالف منطق النظرية.



الخاصية الرابعة: وهـي أن منحنيـات السـواء محدبـة تجـاه نقطـة الأصـل. وكـون منحنيات السواء محدبـة تجـاه نقطـة الأصـل،فذلك يعنـي أن القيمـة المطلقـة للميـل تتناقص كلما اتجهنا من أعلى إلى أسفل أي أن الميـل لـيس ثابتـا، لأن المنحنـى لاخطـي، وبالتالي هذا الميل يتناقص عندما نتجه من أعلى إلى أسفل. ويطلـق عـلى ميـل منحنـى السواء بمعدل الإحلال الحدي marginal Rate of substitution والذي قيمته تساوي القيمة المطلقة لميل منحنى السواء.



4. <u>مفهوم معدل الإحلال الحدي</u>

معدل الإحلال الحدي RSM_{YX} هو معدل يوضح عدد الوحدات التي يرغب الفـرد المستهلك التنازل عنها من السلعة (Y) للحصول على وحـدة واحـدة مـن السـلعة (X) وذلك عند انتقالنا من الاعلى الى الاسفل على منحنى السواء، وبالعكس عند انتقالنا من الاسفل الى الاعلى RSM_{XY} فهو يوضح عـدد الوحـدات التـي يرغـب المسـتهلك التنـازل عنها من السلعة (X) للحصول على وحـدة واحـدة مـن السـلعة (Y)،ويتصـف معـدل الإحلال الحدي بأنه متناقص يعكس تناقص المنفعة الحدية مع زيادة استهلاك وحدات اضافية من السلعة خلال فترة زمنية واحـدة، كـما يمكـن تعريفـه رياضـياً بأنـه القيمـة المطلقة لميـل منحنـى السـواء،اذ ان الميـل يسـاوي التغـير في كميـة السـلعة Y (الضـلع المقابل) مقسوم على التغيير في كمية السلعة X (الضلع المجاور)، وبمـا ان التغيـير يعـبر عن المنفعة الحدية للسلعة فان معدل الإحلال الحدي RSM_{YX} =

$$MRS_{xy} = \frac{\text{التغيير(الانخفاض)في الكمية المستهلكة من السلعة Y}}{\text{التغيير (الزيادة)في الكمية المستهلكة من السلعة X}} = \frac{-\Delta Y}{\Delta X} = \frac{dy}{dx} = \frac{MUx}{MUy}$$

⇩

$$\frac{\frac{I}{Py}}{\frac{I}{Px}} = \frac{MUx}{MUy} = \frac{Px}{Py}$$

$$MRS_{yx} = \frac{\text{التغيير(الانخفاض)في الكمية المستهلكة من السلعة X}}{\text{التغيير (الزيادة)في الكمية المستهلكة من السلعة Y}} = \frac{-\Delta X}{\Delta Y} = \frac{dx}{dy} = \frac{MUy}{MUx}$$

⇩

$$\frac{\frac{I}{Px}}{\frac{I}{Py}} = \frac{MUy}{MUx} = \frac{Py}{Px}$$

مثال:- من البيانات المتوفرة عن عدد من المجموعات من السلعتين Y,Xالموضحة في الجدول ادناه المطلوب ايجاد معدل الاحلال الحدي للسلعة X الى السلعة Y MRSxy.

الاختيار	كمية السلعة X	كمية السلعة Y
أ	1	12
ب	2	8
ج	3	5
د	4	3
هـ	5	2

الحل:-

ΔY \=MRSxy ΔX

نجد $\Delta X \backslash \Delta y$ وكما موضح في الحقل 4

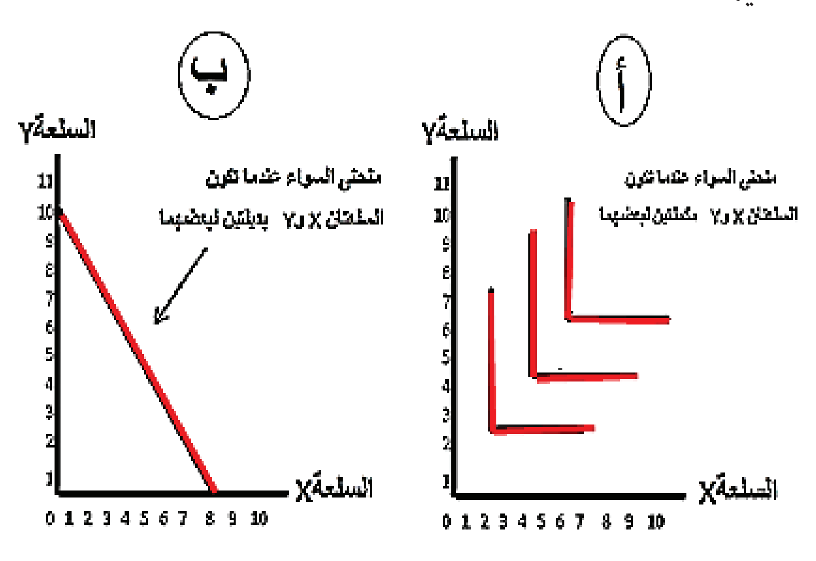
الاختيار	كمية السلعة X	كمية السلعة Y	ΔX\ΔY	MRSxy
أ	1	12		
ب	2	8	1\4	4
ج	3	5	1\3	3
د	4	3	1\2	2
هـ	5	2	1\1	1

5. <u>تفسير العلاقة المتقاطعة بين سلعتين</u>

في ضوء تحليل منحنيات السواء من الممكن ان يتم تفسير العلاقة بين سلعتين فيما اذا كانتا مكملتين لبعضهما او بديلتين وكما ياتي:

1. يمكن التعبير عن العلاقة المتكاملة لسلعتين عندما يكون منحنى السواء منكسرا كما في المقطع أ من الشكل 6 - 6.

2.كما يمكن التعبير عن العلاقة التبادلية بين سلعتين عندما يكون منحنى السـواء خطا مستقيما.



6.التمثيل البياني للدخل

يمكن تمثيل الدخل الحقيقي للفرد المستهلك (كمية السلع التي يتمكن من الحصول عليها بدخله النقدي) من السلعتين X،Y وذلك على شكل منحنى خطي،يتم رسمه بيانيا من خلال قسمة الدخل النقدي على سعر السلعة Y وكان المستهلك سينفق كامل دخله النقدي على شراء تلك السلعة، وتحديد عدد الوحدات التي يتمكن من شرائها على المحور الصادي،ثم قسمة الدخل النقدي مرة اخرى على سعر السلعة X وكأن المستهلك سينفق كامل دخله النقدي على شراء تلك السلعة، وتحديد عدد الوحدات التي يتمكن من شرائها على المحور السيني، ثم يتم توصيل النقطتين لنحصل على خط ميزانية الفرد المستهلك الذي يمثل الدخل الحقيقي للفرد المستهلك الذي يخصصه لشراء المجموعتين السلعيتين او السلعتين X،Y وادناه مثال تطبيقي.[1]

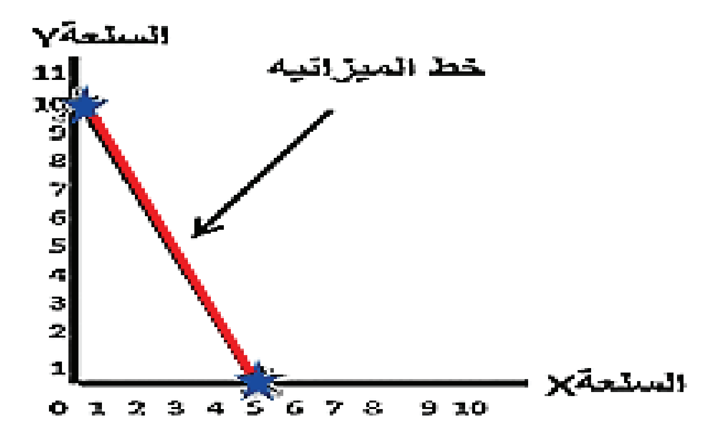
فلوفرضنا ان دخل المستهلك (50) وحدة نقدية،وسعر السلعة X =1، 5= Y

نقوم بقسمة كامل الدخل 50على سعر السلعة Y ونؤشر ذلك على المحور الصادي،وكذلك نفعل الشيء نفسه مع السلعة X ونقوم بتوصيل النقطتين لنحصل على خط الميزانية:-

$$\frac{I}{P_Y} = \frac{50}{5} = 10 \text{ وحدة من السلعة Y}$$

$$\frac{I}{P_X} = \frac{50}{10} = 5 \text{ وحدة من السلعة X}$$

[1] أ.د.طارق العكيلي،الاقتصاد الجزئي،دار الكتب للطباعة والنشر،العراق، جامعة الموصل،2001.



<u>ميل خط الميزانية او خط الدخل</u>:- يمكن الحصول على ميل خط الميزانيـة او خـط الدخل كما يأتي:

الميل= قيمة الضلع المقابل \ قيمة الضلع المجاور

$$= \frac{\frac{I}{Py}}{\frac{I}{Px}} = \frac{IPx}{IPy} = \frac{Px}{Py}$$

7. <u>توازن المستهلك في ضوء تحليل منحنيات سواء المستهلك</u>

تتحـق حالـة التـوازن الموضـحة في الشـكل البيـاني 6-9 ادناه،عنـدما يمـس خـط الميزانية (ab) الذي يوضح دخل المستهلك،اعلى منحنـى سـواء في خارطـة السـواء I2 وتكون النقطة E هي نقطة التوازن (يحقق المستهلك فيها اقصى اشـباع ممكـن مـن السلعة Y على المحـور الصـادي، والسـلعة X عـلى المحـور السـيني بحـدود دخلـه) فالكميتين (Y، X) تحقق اقصى اشباع للمستهلك بحـدود دخلـه. ان جميـع النقـاط الاخرى (c،d،f،g)اما تقع اعلى خـط الميزانيـة (f،g) اي فـوق امكانيـة المسـتهلك، اما

النقطتين(المجموعتين) (c،d) فهما ضمن امكانية المستهلك لكنها تقعان على منحنى سواء ادنى اي تحققان اشباع اقل وبالتالي فان نقطة (المجموعة) (E) هي فقط التي تحقق اقصى اشباع.كمايجب ان يتوفر شرطان لتحقيق توازن المستهلك في تلك النقطة وهما:-

$$\frac{Px}{Py} = \frac{MUx}{MUy} = .1$$

$$Q_X \cdot P_X + Q_y \cdot P_y = I \ldots\ldots \quad 2$$

اي أن يكون إنفاق المستهلك مساوياً لدخله.

نظرية منحنيات السواء[1]

في ظل الانتقادات التي تعرضت لها نظرية المنفعة الكلاسيكية جرى تطوير نظرية بديلة تستبدل الفكرة القائلة بأن المنفعة قابلة للقياس عددياً، بافتراض منطقي مفاده "إن الأفراد قادرون على تحديد ما إذا كانت أية مجموعة من السلع تعطي إشباعاً أكبر، مساوياً أو أقل لما تعطيه أية مجموعة أخرى". فالفرد يستطيع أن يرتب سلم تفضيلاته من المجاميع الأقل إشباعاً إلى المجاميع الأكثر إشباعاً. وعندها لا يقيس المستهلك المنفعة التي يحصل عليها من استهلاكه السلع، بل يقوم بتفضيل تشكيلة مجموعة معينة من السلع، وبذا فقد قاس إشباعه من كل مجموعة سلعية قياساً ترتيبياً فهو يرتب المجموعات السلعية وفق أهميتها النسبية بالنسبة له.

منحنى السواء

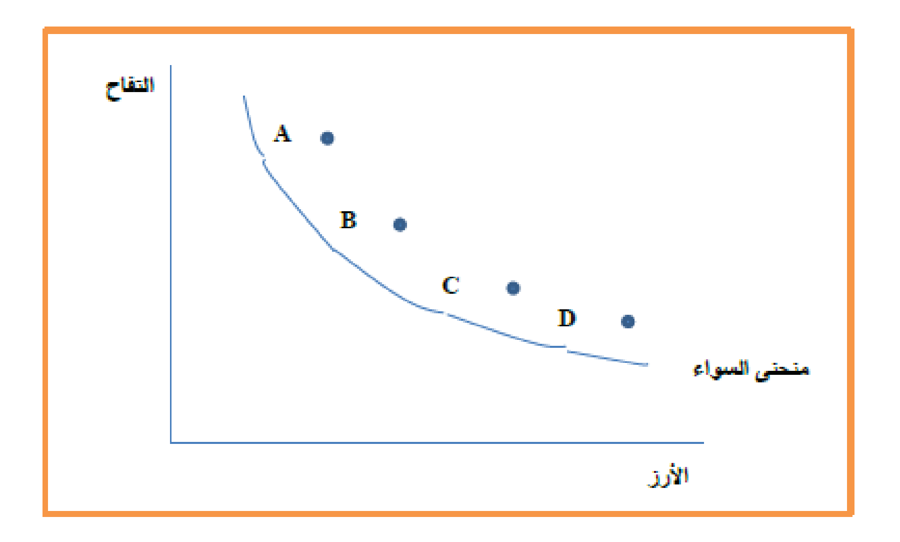
إن المفهوم الأساس في تحليل السواء هو منحنى السواء (Indifference Curve) وهو يتكون من مجموعة من النقاط تعكس كل منها مجموعة سلعية تتساوى في

[1] يعد الاقتصادي الانجليزي فرانسيس ادجورث (Francis Edge Worth) أول من استخدم تحليل منحنيات السواء وذلك عام 1881 عندما عرض نظريته في المقايضة وذلك لبيان إمكانية التبادل. وفي عام 1906 قام الاقتصادي الايطالي وليفريدو باريتو Vilfredo Pareto (1848-1923) بتنقيحها في كتابه "الاقتصاد السياسي". وتكاملت النظرية عام 1934 على يد الاقتصاديين البريطانيين جون هكس (John R.Hicks) وألن (R.G.D.Allen).

الإشباع من وجهة نظر المستهلك مع مجموعة سلعية أخرى تمثلها نقطة أخرى على المنحنى نفسه. ويعكس الجدول التالي التوافيق الممكنة من وجهة نظر المستهلك.

جدول سواء فرد معين

النقطة على المنحنى	الأرز	التفاح
A	12	3
B	8	4
C	6	5
D	5	6

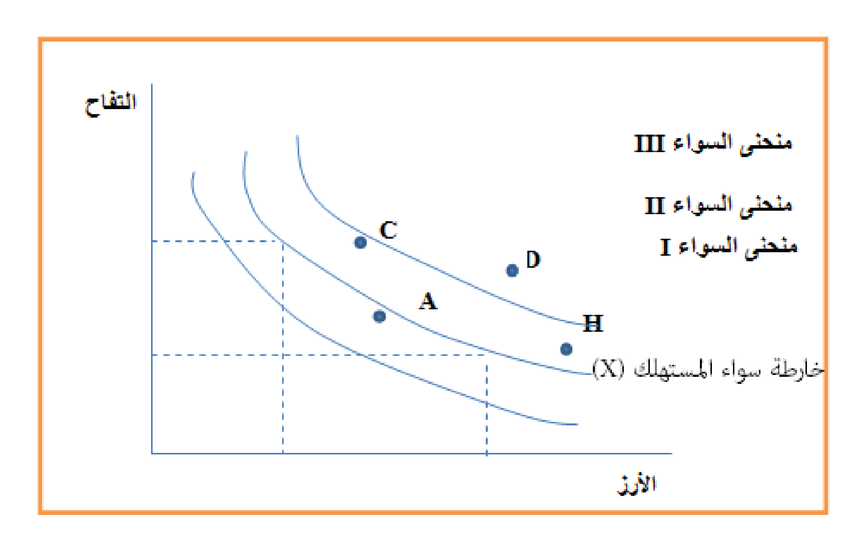


الشكل يمثل منحنى سواء فرد معين

يلاحظ من الجدول السابق والشكل البياني اعلاه بأن المجموعات المختلفة (A,B,C,D) من السلعتين تعطي المستهلك إشباعاً متساوياً، وعليه لا يفرق بالاختيار بين أي واحدة من هذه المجموعات وأنها تقع على منحنى السواء نفسه.

إن وجود أكثر من منحنى سواء للمستهلك تسمى خارطة السواء، وهي عبارة عن منحنيات السواء التي يواجهها المستهلك، ومنحنى السـواء الأعـلى يعطـي إشـباع أعـلى فالمنحنى (III) يعطي إشباعاً أعلى من المنحنى (II) وبذلك فإن الإشباع بين النقاط هو:

D > C > A



الفصل الخامس

نظرية الانتاج

مفهوم الإنتاج

يرى الفكر الاقتصادي الحديث إن الإنتاج ليس خلق المادة و إنما هو خلق المنفعة، أو إضافة منفعة جديدة، بمعنى إيجاد استعمالات جديدة لم تكن معروفة من قبل، و بهذا فإن اصطلاح يمكن أن يطلق على ما يلي: [1]

1- تلك العمليات التي تغير من شكل المادة فتجعلها صالحة لإشباع حاجة ما (المنفعة الشكلية)؛

2- عمليات النقل من مكان تقل فيه منفعة الشيء إلى مكان تزيد فيه المنفعة دون تغير شكله (المنفعة المكانية)؛

3- عمليات التخزين، حيث يضيف التخزين منفعة إلى السلعة (المنفعة الزمنية)؛

4- كل صور الإنتاج "غير المادي" التي يطلق عليها اسم الخدمات.

نخلص من ذلك إن الإنتاج يتمثل بجانبين و هما الجانب السلعي (السلع) و الحساب الخدمي (الخدمات).

كما يعرفه الأستاذ كساب الإنتاج كذلك على أنه: [2]

" إعداد و ملائمة للموارد المتاحة بتغيير شكلها أو طبيعتها الفيزيائية و الكيماوية حتى تصبح قابلة للاستهلاك الوسيط أو النهائي (إيجاد منفعة).

و من الإنتاج التغيير الزماني أي التخزين (الاستمرارية في الزمن)، و هو إضافة منفعة أو تحسينها وكذلك التغيير المكاني أي النقل.

يتم هذا الإنتاج بموارد عملية (آلات و معدات)، و موارد مادية، بشرية، وموارد مالية ضمن قيود هيكلية هي الطاقة الإنتاجية، و التخزينية و الطاقة المالية و الطاقة التوزيعية.

---

[1] كاسر نصر المنصور، "إدارة الإنتاج و العمليات"، دار حامد للنشر و التوزيع، عمان، 2000، ص 25.

[2] دروس و محاضرات الأستاذ "كساب علي" في مقياس تسيير المخزونات، 2000-2001.

النشاط الإنتاجي:

يعد النشاط الإنتاجي النشاط الأساسي في المنظمات الاقتصادية بشكل عام و في المنظمات الصناعية بشكل خاص، و هو من أهم الموضوعات التي تتناولها الإدارة اليوم بالإضافة إلى نشاط التسويق.

و يعرف النشاط الإنتاجي بأنه:" النشاط المنظم و الموجه لاستخدام الموارد المتاحة و توجيهها لإنتاج منتجات و خدمات جديدة تشبع حاجات الإنسان".[1]

و هذا التعريف للنشاط الإنتاجي يحمل مفاهيم مختلفة و هي اقتصادية و اجتماعية و تشغيلية:

- المفهوم الاقتصادي: يقوم بتوظيف عناصر الإنتاج في مكان و زمان ما بهدف الحصول على الإنتاج؛
- المفهوم الاجتماعي: أساس من أسس التنمية الاجتماعية و الاقتصادية و السياسية.
- المفهوم التشغيلي:أساس عملية فنية يهدف إلى تحويل المواد الأولية إلى سلع و خدمات من خلال إخضاعها لعمليات مختلفة و طرائق و أساليب عملية.

نظام الإنتاج:

مفهوم نظام الإنتاج:

النظام الإنتاجي هو الصيغة التي تجمع بها عناصر النشاط الإنتاجي من أجل إنتاج السلع والخدمات.

و أنظمة الإنتاج عديدة و متنوعة، فهناك أنظمة الإنتاج لمنظمة صناعية و أنظمة إنتاج لمنظمة خدمية وذلك كما يلي: [2]

- النظام الإنتاجي الصناعي: في مجال الصناعة فإن النظام الإنتاجي الصناعي هو الصيغة التنظيمية لإدارة الإنتاج و يتألف من ثلاثة أجزاء رئيسية و هي المدخلات، والعمليات، المخرجات.

---

[1] نفس المرجع أعلاه، ص 26.
[2] نفس المرجع السابق، ص 26.

- النظام الإنتاجي الخدمي و هو الصيغة التنظيمية لإدارة العمليات.

مهمات النظام الإنتاجي:

و يختلف النظام الإنتاجي لاختلاف طبيعة العناصر المستخدمة و بسبب حجم هذه العناصر، أو بسبب صعوبة تحديد معايير قياس الأداء أو بسبب طبيعة النشاط و تقوم النظام الإنتاجي بالعديد من المهمات منها على سبيل المثال:[1]

- تحديد مواقع العمل
- مزج عوامل الإنتاج (العمل و الآلات و المواد) و تصميم العمليات بطرائق علمية اقتصادية.
- تطوير و تصميم المنتجات بشكل يتلاءم مع رغبات الزبائن و متطلبات العمليات الصناعية و طبيعة المواد و العمليات الإنتاجية
- تخطيط الإنتاج و وضع السياسات الإنتاجية الكفيلة بتنفيذ الخطط الإنتاجية و الرقابة على الإنتاج من ناحية التكاليف و الجودة و الوقت.
- ضمان تنظيم العمل العلمي و أنظمة المناولة و التخزين في الوحدة الإنتاجية.

أساليب الإنتاج:

يوجد نوعان من أساليب الإنتاج: الإنتاج المستمر و الإنتاج المتقطع.[2]

الإنتاج المستمر:

هو إنتاج نمطي في مخرجاته، و قد يكون نمطياً في مدخلاته، يتم على آلات متخصصة أو في خطوط إنتاج.

و نقصد بالإنتاج النمطي أنّ له نفس الأبعاد و الخواص خلال الفترة الإنتاجية، أي نفس المقاييس ونفس النوعية، و نفس الشكل و كذا نفس الاختصاص. و قد يكون نمطياً في المدخلات أي مدخلات مختلفة، مثل الجلد الحقيقي، الجلد المصطنع لصناعة أحذية متجانسة، أي نفس الشكل ونفس

[1] كاسر نصر المنصور، مرجع سبق ذكره، ص 27.

[2] محاضرا الأستاذ "كساب علي"، مرجع سبق ذكره.

المقاييس و لكن ليس نفس النوعية؛ كما أنه إذا توقفت مرحلة من مراحل الإنتاج أدى إلى توقف العملية الإنتاجية. و ينقسم الإنتاج المستمر إلى نوعين:

أولاً: إنتاج مستمر وظيفي:

هو إنتاج مستمر موجود كحلقة ضمن سلسلة إنتاجية داخل المؤسسة، أو كمرحلة بين مجموعة المؤسسات يعمل كل منها دور المنبع و المصب. و الخاصية المميزة أنه يستعمل في وظيفة معينة.

ثانياً إنتاج غير وظيفي ومستمر:

هو إنتاج يوجه إلى الاستهلاك مباشرة و يخضع لمحددات الطلب من سعر السلعة، أسعار السلع المنافسة، أذواق المستهلكين، سلوكاتهم،... مثل الصناعة الغذائية، صناعة الجلود...الخ.

الإنتاج المتقطع:

هو إنتاج غير نمطي في مخرجاته، و لا يتم إنتاجه إلا بعد تحديد المواصفات من طرف العميل أو المستهلك المباشر؛ وقد يكون نمطياً في مدخلاته.

و المقصود بأنه غير نمطي في مخرجاته، أنّ مخرجاته تختلف من حيث الشكل و النوع و التخصص وذلك حسب أذواق المستهلكين و حسب طلبهم. و يتقسم بدوره إلى قسمين:

أولاً: إنتاج دفعات متكررة للطلب:

هو إنتاج متقطع، نمطيا في مدخلاته، و غير نمطي في مخرجاته، يخضع للمواصفات التي يقدمها العميل، و الميزة الخاصة أنها تنتج دفعات حسب الخصائص المطلوبة أو المواصفات التي يطلبها العميل.

و الشرط الرئيسي لاستعماله هو تغيير المواصفات من عميل لآخر، و وه شرط موضوعي و ضروري، وقد يكون غير ضروري مثل الآلات التي تنتج إنتاج متقطع فهي آلات غير متخصصة، و السبب في التغيير لا يكمن في المواصفات و إنما عدد الآلات.

و الحل هو تقليل عدد المنتجات أو زيادة عدد الآلات و يمكن أن المؤسسة تعدد منتجاتها و محدودة في المخازن فتبدأ في تغيير الإنتاج، و السبب الموضوعي الوحيد هو تغيير المواصفات و الحل يكمن في إنتاج دفعات متكررة للتخزين.

ثانياً: إنتاج دفعات متكررة للتخزين:

فإذا كان السبب الذي جعل المؤسسة تنتج إنتاج دفعات متكررة للطلب غير موضوعي (ليس تغيير المواصفات) تحول المؤسسة الإنتاج إلى إنتاج دفعات متكررة للتخزين.

و عليه إما أن نخصص الوقت أو الآلات أو المخازن لإنتاج دفعات متكررة للتخزين، مثل صناعة الألبسة (حسب الفصول)، فنستعمل الإنتاج المستمر خلال الفصل، و الإنتاج المتقطع خلال السنة، وهذا لتفادي مشاكل التخزين و ضيع الوقت.

مفهوم الانتاجية

هي مقياس كفاءة الاستخدام للموارد في تحقيق الإنتاج الكلي للمنظمة من خلال قياس العلاقة بين المخرجات والمدخلات ويتم تحديد تلك العلاقة كمايلي:

الانتاجية = المخرجات

المدخلات

طرق قياس الانتاجية:

أ)إنتاجية العمل= إجمالي المخرجات

إجمالي عدد العمال

ب)إنتاجية عمل الإنتاج= إجمالي المخرجات

إجمالي عمال الإنتاج

ج)إنتاجية ساعة العمل= إجمالي المخرجات

إجمالي ساعات العمل

د)إنتاجية الدينار أجر= أجمالي المخرجات

إجمالي الاجور المدفوعة

تقييم إنتاجيه المنظمة[1]

أ)مقارنه إنتاجيه نفس المنظمة في سنوات متتالية وحساب معدلات النمو.

[1] د.على السلمى –ادارة الافراد والكفاءة الانتاجية-دار النشر دار غريب- القاهرة1985 ص21

ب)مقارنه إنتاجيه المنظمة بإنتاجيه منظمات أخرى مشابهه.

ج)مقارنه إنتاجيه المنظمة بمتوسط إنتاجيه المنظمات.

د)مقارنه إنتاجيه وحدات (مصانع)مختلفة داخل نفس المنظمة.

ه)مقارنه إنتاجيه الأنشطة المختلفة (إنتاج - تسويق- شراء).

هى الاستخدام الامثل لعناصر الانتاج بهدف تحقيق اكبر قدر من الانتاج بمستوى معين وفى وقت معين باقل تكلفة ممكنة.[1]

نظرية الإنتاجية الحدية للعمل

نظرية الإنتاجية الحدية للعمل، (Theory of Marginal Productivity) هي نظرية اقتصادية بدأت تنتشر منذ مطلع القرن العشرين في أعقاب نظرية تخصيص الأجور (wages Fund Theory)، وتذهب النظرية إلى أن أجر العامل يميل إلى أن يتطابق مع قيمة ما يعزى إليه من النتائج أو الإنتاج.

وإن رب العمل الذي يسعى للحصول على أكبر ربح سوف يستخدم عمالا إضافيين، أي بمستوى من الأجر إلى أن تكون القيمة المضافة إلى الناتج من العامل الإضافي معادلة لأجره على أقل تقدير، فالأجر بموجب هذه النظرية مرتبط بانتاجية العامل، ولكنها إنتاجية العامل الحدي، أو الإنتاجية الحدية للعمل.[2]

تعريف الكفاءة الانتاجية

هي إنتاج السلع والخدمات مع مزيج مثالي من المدخلات لإنتاج الطاقة الانتاجية القصوى بأقل قدر من التكاليف. تحقيق أقصى قدر ممكن من الأرباح لقاء تكلفة معينة، أو التقليل من التكاليف المترتبة على نتيجة ما.[3]

وقد يشير المصطلح كذلك إلى مرحلة عملية في الاقتصاد حيث لا يكون بالامكان إنتاج مزيد من السلع دون تخفيض مستويات إنتاج منتجات أخرى. ترتفع

[1] د.احمد عرفة – د.سمية شلبى- الادارة الانتاجية والفراغ فعاليات نظام وتخطيط ورقابة الانتاج-ط الرابعة-ص51

[2] القاموس الاقتصادي - تأليف حسن النجفي - بغداد 1977م - صفحة 199

[3] Productive Efficiency". Economics Help.

الكفاءة الانتاجية كلما ارتفعت نسبة الناتج الى المستخدم من الموارد.[1] ويمكن القول أن رقم الانتاجية = كمية الانتاج/ساعات العمل الفعلية[2]

العوامل الادارية المؤثرة على الكفاءة الانتاجية

العوامل الادارية

هـى العوامـل الحاكمـة والمـؤثرة عـلى الكفـاءة الانتاجيـة وتشـمل تلـك العوامـل الاساليب العلمية للادارة وادوات الادارةلااتخاد القرارات كما تشكل الكفاءة والمهـارات الادارية للمارسة الادارة لوظائفهـا المثمتلـة فى التخطـيط والتنظـيم زالتوجيـو والرقابـة. وبالرغم من اهمية العوامل الاخرى في التأثير على الانتاجية فان العوامل الادارية تعتبر من اهم العوامل الحاكمة في الكفاءة الانتاجية.

العوامل الانسانية

- القدرة على العمل وتشمل التعليم والمهارات
- الرغبة فى العمل وتتأثر فى الانتاج
- حاجات الافراد – ظروف العمل المادية –ظروف العمل الاجتماع

اساليب تحسين الكفاءة الانتاجية

1- تطوير المدخلات التقنية بتطوير الالات وامعدات والانظمة التقنية.

2- تكنولوجيا التجميع من خلال تقسيم وتجميع المشكلات المتكـررة او المتشـابهة مما يساعد على تجنب تكرار الجهود لحل مشاكل وتوفير الوقت.

3- الانتاج فى الوقت المحدد.

4- رقابة التكاليف والاستخدام الامثل للموارد المتاحة

5- الحوافز المادية.

6- المشاركة فى القرارت والعوائد وتطوير حياة العمل.

7- المسئولية والمسألة الفردية والجماعية.

8- الاتصال المباشر والمفتوح.

---

[1] د.سعد الدين عشماوى –الادارة الصناعية-دار النشر عين شمس ص404

[2] Field ،Alexander (2004). "Technological Change and Economic Growth the Interwar Years and the 1990

استراتيجية تحسين الكفاءة الانتاجية

1- تحديد اهداف المنظمة للمنشاة واقسامها الانتاجية على اساس من المراجعة الادارية وتحليل وتقيم البيئة الخارجية والداخلية للمنشاة واقسامها.
2- ترجمة تلك الاهداف الى اهداف معيارية وفى صور كمية على قدر الامكان وخاصة على مستوى الادارات والاقسام التنفيدية.
3- اعداد خطة استراتيجية مسبقة تتبنى متغيرات ايجابية فعالة.
4- تبنى خصائص واساليب فنية وادراية تمكن من ازالة العقبات التى تبداء اثناء عمليات الانتاج.
5- ترجمة الاهداف المعيارية الى معايير رقابية تتمشى مع الاهداف السابقة
6- تنفيد الاستراتيجيات والخطط المعدة وقياس التنفيد الفعلى ومقارنته على ضو المعايير المحددة ثم اعداد التقارير عن مدى الكفاءة والتنفيد الفعلى.
7- الحفز المادى والمعنوى للافراد والمشرفين والاداريين من اجل تحقيق انتاجية عالية.
8- الابقاء على الاستمرارية جهود التخطيط والتنفيد فور الانتهاء من مهام معينة وفقا لخطط الاستراتيجية والتكنيكية.[1]

طرق زيادة الكفاءة الانتاجية

1- زيادة قيمة المنتج النهائى مع بقاء قيمة المواردالمستخدمة ثابتة.
2- زيادة قيمة المنتج النهائى مع زيادة الموارد المستخدمة بنسبة اقل
3- بقاء قيمة الانتاج النهائى ثابتة، وانخفاض قيمة الموارد المستخدمة
4- انخفاض قيمة الانتاج النهائى مع انخفاض قيمة الموارد المستخدمة بنسبة اعلى.

طرق قياس الكفاءة لانتاجية..

اولاً:- المواد الآولية..

1- معدل سرعة التسليم ويقصد به معدل سرعة التسليم والتعرف على سرعة تحول المواد الآولية من المورد إلى المصنع اومن المخازن إلى مكان التشغيل.

[1] د.احمد عرفة – د.سمية شلبى- الادارة الانتاجية والفراغ فعاليات نظام وتخطيط ورقابة الانتاج-ط الرابعة-ص51

معدل سرعة التسليم = إجمالي كمية المواد من المواد الأزلية

عدد الساعات التي تم فيها تسليم المواد

2- نسبة الشوائب: هي نسبة المواد الاولية الغير مطابقة للمواصفات والغير صالحة للإنتاج.

كمية المواد الغريبة اوالشوائب

عدد الساعات التي تم فيها تسليم المواد

3- نسبة التصافي: تختلف نسبة التصافي عن نسبة الشوائب في ان الأولى هي نسبة المادة الآولية الاصلية الصالحة للتصنيع بالمنشاة الصناعية.

نسبة التصافي = كمية المواد الصالحة للتصنيع

اجمالي كمية المادة الآولية الموارد

4- معدل استعمال المواد: يقصد بمعدل استعمال المواد تحديد الكمية المستعملة فعلاً في اخراج المنتج المعين ونسبتها إلى الكمية المفروض ان تستخدم عند البدء في العمليات الصناعية اللازمة لإخراج هذا المنتج.

نسبة التصافي = كمية المواد المستعملة فعلاً في منتج معين

الكمية المخططة للمواد اللازمة لإخراج هذا المنتج

5- معدل استعمال المواد المرجح بالتكلفة: يمكن تطبيق معدل استعمال المواد بطريقة آخرى تتضمن ترجيح مكونات المنتج المعين بتكلفة كل جزء منه منسوبا إلى التكلفة المعيارية لهذا المنتج [1].

6- معاير التالف والفاقد والنقص الطبيعي: وهي العوامل الداخلية والذاتية بسبب انها ناشئة عن نقص المادة وصفاتها والتعرف عليها يكشف اثارها على الكفاية الانتاجية وتكون هذه المعايير على شكل نسب مئوية.

= الكمية المواد التالفة الناقصة أو الفاقدة X 100

كمية المواد والموارد أو المخزون

[1] د. احمد سرور –بحوث العمليات في ميدان الانتاج – مكتبة عين شمس – الجزء الاول ص 10 -22.

7-المعايير التكاليفية للتالف والفاقد والنقص الطبيعي: كثيرا ما تهم الإدارة معايير التالف والفاقد الطبيعي والضياع على إعتبار أن الارتفاع في هذه التكلفة معناه خسائر المنشأة الصناية،وذلك بمقارنة الارقام الفعلية بالمعايير الموضوعة كمستويات قياسية حتى تقييم درجة الاختلاف بينهما الذي يسهل التعرف على اسبابها ومعالجتها بطريقة سليمة.[1]

= تكلفة المواد التالفة قبل بدء التشغيل 100X

التكلفة الاجمالية كمية المواد الموردة

= تكلفة المواد التالفة اثناء التشغيل 100X

التكلفة الصناعية للإنتاج

= تكلفة النقص الطبيعي في المواد 100X

التكلفة الصناعية للإنتاج

ثانياً: طرق قياس الوسائل المباشر لقياس إداء الآلات..

1- يقصد بمعدل دوران الألة حساب عدد الساعات الفعلية التي كانت تعمل وتحقق نتائج فعالة تساهم بها في تحقيق الحجم المتزايد في الانتاج مقارنة بعدد الساعات المخطط لتشغيلها في نفس المدة الزمنية.

معدل دوران الألة = عدد الساعات العمل الفعلية للألة في اليوم

الرقم القياسي لعدد ساعات تشغيل الألة

2- معدل تكلفة تشغيل الألة في الساعة: من دوران الألة نستنبط معدل جديد يمكن أن تطلق معدل تكلفة تشغيل الألة في الساعة، وهو عبارة عن خطوتين اولها يمثل المستوى القياسي والثانية المستوى الفعلي التي تظهره البيانات اليومية.

معدل كلفة تشغيل الألة في الساعة = الأعباء الصناعية المقدرة للألة

العدد القياسي لساعات عمل الألة

معدل كلفة تشغيل الألة في الساعة = الأعباء الصناعية الفعلية للألة

[1] د. احمد محمد المصري – ادارة الانتاج والعلاقات الصناعية – مؤسسة شباب الجامعة الاسكندرية – ص.184-238

العدد الفعلي لساعات عمل الألة

3- الجدول الزمني لكل ألة:

الجدول الزمني هو البطاقة الخاصة بالألة التي يدون بها كل الأزمنة القياسية لإجزاء كل عملية من عمليات التصنيع التي تم على هذه الألة

خطوات إعداد الجدول الزمني:

- تجميع وتسجيل جميع البيانات المتاحة عن الألة وطريقة تشغيلها.
- تسجيل وصفي كامل لطريقة الأداء والتوفقات والزمن الذي تستغرقه كل عملية او توقف.
- قياسات زمن كل جزء من العملية باستخدام اجهزة القياس.
- تحديد السرعة لبفعالة لاتمام كل جزء ومقارنة هذه السرعة بالسرعة الطبيعية للألة.
- تحديد المسموحات الممكن التصريح بها في هذه الازمة والتي قد تكون أعلى او أدنى من الزمن العادي المحدد لها.
- تحديد الوقت المسموح به للعملية كلها.

4- معدل إنتاج الألة في الساعة: ويقصد به عدد الوحدات المنتجة التي تستطيع الألة المعينة أخراجها في ساعة زمنية عندما تكون سرعة دوران الألة ثانية عند رقم معين حددته الإدارة.

معدل انتاج الألة في الساعة =

عدد الوحدات التي تنتجها الألة في الوردية – الوحدات التالفة أو المعقدة

عدد ساعات دوران الألة في الوردية –مجمع أوقات توفق الألة

5-نسبة الإنتفاع: نسبة الانتفاع محتمل في وحدات منتجة مطابقة للمواصفات إلى إجمالي الإداء الآلي لهذه الآلة.

نسبة الإنتفاع = الإداء الآلي السليمX 100(خلال المدة المعينة)

الأداء الآلي المخطط

ثالثاً: طرق قياس الكفاءة الإنتاجية للعمل..

وهي الطرق التي تقيس الأداء الفعلي للعامل أو المجموعة من العمال أثناء تأديتهم للعمل في مكان العمل وتحت الظروف الواقعية للإنتاج.

1- نسبة الإداء الفعلي إلى القياس وهو عبارة عن نسبة مئوية التي تمثل مدى نجاح العامل في تحقيق المستويات القياسية الموضوعة له

= رقم الأداء الفعلي 100X

رقم الأداء القياسي

2- معدل سرعة الإداء هي النسبة بين الزمن القياسي الذي يفترض أن يتم أداء العمل الفعلي والزمن الفعلي الذي استغرق فعلا في الإعاقة باعتبار إن هذا الزمن القياسي هو نتيجة دراسات علمية دقيقة للإداء والازمنة القياسية للإعاقة.

م ن معدل سرعة الأداء = الزمن القياسي

الزمن الفعلي

3 - انتاجية العامل أو المجموعة من العمال.

إن الإنتاجية هي نسبة المخرجات إلى المدخلات من اي عنصر من عناصر الانتاج ومن هذا المفهوم على القوى العاملة بإعتبارها أهم عناصر الإنتاج التي تعمل على اخراج الانتاج عن طريق تشغيل المواد على الآلات وإعادة تشكيلها على شكل منتجات نهائية تامة الصنع[1].

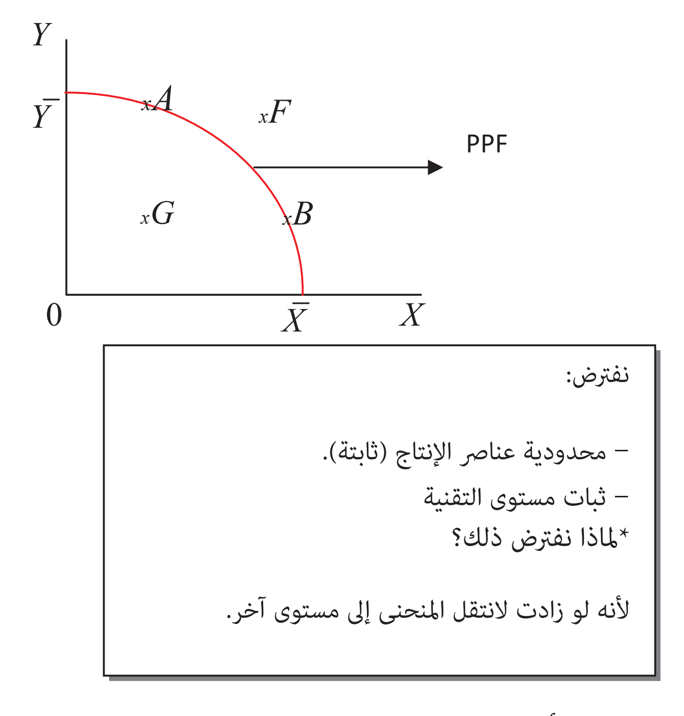
منحنى إمكانيات الإنتاج:

هذا المنحنى يوضح لنا قدرات المجتمع على إنتاج المزيد من السلع، فقد نختار سلعتين أو قطاعين ثم يقوم المجتمع بتسخير جميع موارده وعناصر الإنتاجية المتاحة لديه وبأعلى أسلوب فني لديه من أجل اختيار المزيج المناسب من السلع.

---

[1] أحمد محمد المصري – إدارة الإنتاج والعلاقات الصناعية-مؤسسة شباب الجامعي الاسكندرية –ص 238-184 –.2000

مثال



- لنفترض أنه Y = السلع الغذائية و X = الملبوسات
- نقول عند $\bar{Y}$ / المجتمع يسخر جميع عناصره أو موارده في إنتاج السلعة Y يعني (x=0)
- ونقول: عند $\bar{X}$ / المجتمع يسخر جميع عناصر في إنتاج السلعة X يعني (Y=0)
- $\bar{Y}$ هي أقصى إنتاج من السلعة Y
- $\bar{X}$ هي أقصى إنتاج من السلعة X
- يمكن أن يختار المجتمع بين السلعتين، في أي نقطة بينهما على المنحنى

الموضح أعلاه.

- مثلاً النقطة A تعني أن المجتمع يستطيع أن ينتج جزءاً كبيرة من Y وكمية قليلة من X.
- عناصر الإنتاج المتاحة لا تستطيع أن تنتج إلا على المنحنى نفسه أو أقل من ذلك، ولكن أعلى منه فهو غير ممكن.

✍ ولهذا قد يرغب المجتمع أن يكون عند هذه النقطة F مثلاً ولكنه لا يستطيع لأن موارده محدودة، وبالتالي لا يستطيع أن ينتج عند هذه النقطة.

✍ لكن لو أتتنا نقطة داخل منحنى إمكانيات الإنتاج، نقطة G فمعنى ذلك واحد من ثلاثة احتمالات:

◈ أننا لم نوظف جميع عناصر الإنتاج المتاحة (بطالة).

◈ وظفنا جميع عناصر الإنتاج المتاحة ولكننا لم نستخدم عناصر الإنتاج بأعلى كفاءة ممكنة.

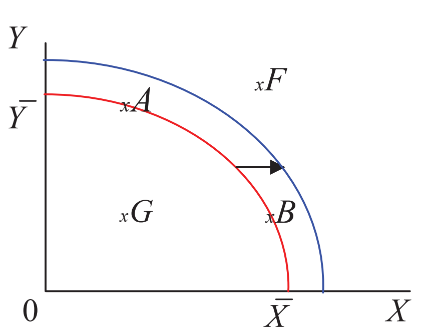
◈ قد يكون عندنا شيئاً من البطالة وأننا لم نستخدم عناصر الإنتاج بأعلى كفاءة ممكنة.

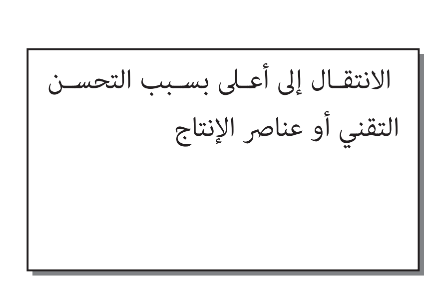
ملخص القول:

- <u>منحنى إمكانية الإنتاج</u> يوضح أقصى ما يمكن إنتاجه من السلعتين X وY عند توظيف جميع عناصر الإنتاج المتوفرة والمتاحة لديه بأقصى كفاءة ممكنة.
- مع مرور الوقت قد يتحسن المستوى التقني وبالتالي تزيد الإنتاجية لعناصر الإنتاج فينتقل من مرحلة إمكانية إنتاج إلى أعلى فيتحسن المستوى المعيشي للمجتمع.
- مع مرور الوقت أيضاً قد تزيد كمية عناصر الإنتاج المتاحة وبالتالي ينتقل من مرحلة إمكانية إنتاج إلى أعلى.
- تطبيقات الاقتصاد على منحنى إمكانية الإنتاج كثيرة، فتأتي مثلاً في الاقتصاد الدولي نجد للرسم تطبيقات واسعة حيث أنه يبين مقدرة الدولة

على الإنتاج ثم التخصص، ثم بعد ذلك التبادل لتحسين مستوى المعيشي لأفـراد المجتمع.

- الانتقال إلى اليمين أو الأعلى بسبب التحسن التقنـي أو زيـادة عنـاصر الإنتـاج، نرسم له منحنى أعلى من المنحى السابق ويمثل هذا التطور.
- في بعض الأحيان قد ينتقل المنحنى إلى أعلى ولكنه متحيز إلى السلعة X بمعنـى أن أقصى كمية يمكن إنتاجها من السلعة X تكون أكبر، ويرجـع سـبب ذلـك أن سبب الأسلوب التقني يخدم إنتاج السلعة X أكثر من السلعة Y.
- وقد يكون العكس تماماً يحدث بعض الأحيـان نمـو أو انتقـال للمنحنـى لـنفس السبب السابق، وقد يكون فعلاً غير منحاز لا للسلعة X ولا للسلعة Y فبالتـالي يكون الانتقال بهذا الشكل تقريباً:





يسعى المجتمع دائماً إلى أن ينتج على نفس منحنى إمكانيات الإنتاج، لـيس أسـفل منه، فغير ممكن الإنتاج أعلى المنحنى في ظل الموارد المحدودة، وأسـفل المنحنـى يعتـبر إهداراً للموارد.

أن وجود المشكلة الاقتصادية يتطلب فعلاً عملية الاختيار/ يعني تختار نقطة على منحى إمكانية الإنتاج لأن أعلى من منحنى إمكانية الإنتاج غير متاح، وعمليـة الاختيـار تخضع لعوامل الطلب:

فقد نختار كمية أكبر من سلعة X أو كمية من سلعة Y بناءاً على الطلب.

مسألة منحنى إمكانيـات الإنتـاج وعمليـة انتقالـه، إمـا أن ينتقـل بشـكل مـوازي

إذا كان مستوى النمو التقني موازٍ للسلعتين، يعني غير متحيز لواحدة ضد الأخرى، وقد ينزحف أكثر للسلعة X إذا كان التقدم التقني منحاز السلعة X أو ينزحف أكثر إلى السلعة Y إذا كان التقدم التقني لصالح السلعة Y.

التكاليف والإيرادات

أولا: تكاليف الإنتاج:

كما سبق وأن ذكرنا فانه في المدى الطويل تكون كل عناصر الإنتاج متغيرة ومن ثم تكون جميع التكاليف متغيرة أما في المدى القصير فتكون بعض عناصر الإنتاج ثابتة والأخر متغير ومن ثم التكاليف بمعنى أن العنصر الإنتاجي الثابت تكون تكلفته ثابتة والعنصر الإنتاجي المتغير تكون تكلفته متغيرة.

تكاليف الإنتاج في المدى القصير:

أولا: تكاليف كلية (ت ك):

هو مجموع مايتكفله المشروع لإنتاج كمية معينة من الناتج وتشمل أثمان عناصر الإنتاج

الأرض.... إيجار

العمال.... أجور أو رواتب

التنظيم.... ربح

رأس المال... فوائد

وتنقسم التكاليف الكلية إلى قسمين:

1- تكاليف ثابتة (ت ث)

هي المدفوعات للمدخلات الثابتة وتدفع حتى وان لم تنتج مثل الإيجار والأقساط المستحقة على احد الآلات.

2- تكاليف متغيرة (ت غ)

وهي المدفوعات للمدخلات المتغيرة وتزيد بزيادة مستوى الإنتاج مثل الأجور وهي تتزايد في البداية بمعدل متناقص (في مرحلة تزايد الغلة) ثم بمعدل متزايد (في مرحلة تناقص اغلة)

ت ك = ت ث + ت غ

وهي تأخذ شكل ت غ إلا أنها ترتفع عنها بمقدار ت ث.

ثانيا: التكلفة المتوسطة (ت م)

هي تكاليف إنتاج الوحدة الواحدة مـن السـلعة أو هـي متوسـط إنتـاج الوحـدة الواحدة.

ت م = ت ك = ت ث + ت غ = ت ث + ت غ = م ت ث + م ت غ

ك ك ك ك

ثالثا: التكاليف الحدية (ت ح)

هي مقدار التغير في التكلفة الكلية نتيجة التغير الناتج بوحدة واحدة.

ت ح = Δ ت ك / Δ ك

ثانيا:إيرادات الإنتاج:

هي إجمالي المبالغ التـي يحصـل عليهـا المشروع نتيجـة لبيـع منتجاتـه في السـوق ويمكن تقسيمها إلى عدة أنواع:

1- الإيراد الكلي (أ ك) وهو إجمالي المبالغ التي يحصل عليها المشروع نتيجـة بيـع عدد معين من الوحدات المنتجة.

أ ك = ك × س

2 – الإيراد المتوسط (أ م) هو نصيب الوحدة المنتجة من الإيراد.

أ م = ا ك / ك

3- الإيراد الحدي: هو مقدار التغير في الإيراد الكلي نتيجة لتغير الكمية المنتجة بوحدة واحدة.

$$\text{أح} = \frac{\Delta \text{ أ ك}}{\Delta \text{ ك}}$$

سلوك المنتج في سوق المنافسة الكاملة:

سبق وان ذكرنا من خصائص هذا السوق وجود ثمن وحيد للسلعة ويتحدد بالتفاعل بين (ط ك) و (ع ك) وان أي منتج لايمكنه التأثير بمفرده على ذلك الثمن وبالتالي فان الإيراد: اح = س

معنى توازن المنشأة في المدى القصير:

يتحقق التوازن إذا حققت المنشأة أعلى ربح ممكن أو اقل خسارة ممكنة في ضوء السعر المحدد في السوق وفي ضوء تكاليف الإنتاج.

فإذا كان:

1- س > ت م... ربح، ففي هذه الحالة ليس على المنتج إلا أن يختار حجم الإنتاج الذي يجعله يحقق أعلى ربح ممكن.

2- س < ت م... خسارة، وعليه إما أن يتوقف عن الإنتاج لتفادي الخسائر أو يستمر على أمل التحسن الظروف في المدى الطويل ولكن بشرط ان يكون: أ ك ≤ ت غ، أي أن يغطي ت غ مثل أجور العمال وفواتير الكهرباء.....الخ (ال ت التشغيلية) وليس بالضرورة أن يغطي ت ث في بداية المشروع.

شرط توازن المنتج في المدى القصير في سوق المنافسة الكاملة:

يستمر المنتج في زيادة الإنتاج طالما أن: اح > ت ح

ويتوقف عند التساوي أي أن شرط التوازن هو (س) أ ح = ت ح (في مترحلة التزايد)

وتفسير ذلك لأنه إذا كـان ت ح في مرحلـة التنـاقص فانـه مـن مصـلحة المنـتج أن يستمر في زيادة الإنتاج ويتحقق التوازن بيانيا كما يتضح من الرسم التالي عند تقاطع أ ح (س) مع ت ح (في مرحلة التزايد) عند النقطة ن والتي يتحدد منها س*، ك*

حالات تحديد مستوى الإرباح والخسائر في المشروع.

1- حالة التوازن مع تحقيق ربح عادي ا ك= ت ك يتحقق التوازن:-

2- حالة التوازن مع تحقيق ربح غير عادي (اقتصادي) ا ك > تك: -

3- حالة توازن المشروع مع تحقيق خسائر ا ك < ت ك: -

اشتقاق منحنى العرض بالمشروع:

العرض الكلي: يلاحظ مـن الرسـم السـابق أن العـرض الـكي هـو إجـمالي الكميـات المعروضة من السلعة لجميع المنشئات في المدى القصير عند كل مستوى من مستويات السعر التي تتحدد في السوق ويأخذ نفس شكل منحنيات العرض الفردية.. ينحدر مـن أعلى إلى أسفل جهة اليسار.

الفصل السادس

نظرية الأسواق

هيكل السوق وتوازنه

الأسواق تختلف من حيث الطريقة التي يتحدد بها الثمن من جهة، ومن حيث سلطة كل من البائع والمشتري في تحديد الثمن من جهة أخرى.

ومن ثم لا توجد سوق واحد، في واقع الأمر، بل توجد عدة أنواع من الأسواق تختلف فيما بينها من حيث هيكلها.

وقد كان الاقتصاديون التقليديون يميزون، أساساً، بين نوعين فقط من الأسواق هما:

سوق المنافسة الكاملة: حيث يسود عنصر المنافسة وينتفي تماماً عنصر الاحتكار.

سوق الاحتكار المطلق: حيث يسود عنصر الاحتكار وينتفي تماماً عنصر المنافسة.

أما الاقتصاديون المعاصرون فهم يرون أن كلاً من المنافسة الكاملة والاحتكار المطلق هما سوقان متناقضان ومتعارضان في هيكلهما تماماً. بل أن إمكانية وجودهما بصورتهما المطلقة في الحياة الاقتصادية الواقعية هو أمر نادر[1].

تتأثر العملية التي يتحدد من خلالها السعر وكمية الإنتاج إلى حد كبير بهيكل السوق. ويتألف السوق من جميع البائعين والمشترين المحتملين لمنتج معين. ويشير مصطلح هيكل السوق إلى البيئة التنافسية التى يعمل فيها البائعون والمشترون للمنتج. وهناك أربعة أنواع مختلفة من هياكل السوق: فالمنافسة الكاملة على أحد طرف نقيض، والاحتكار على الطرف الأخر، وبينهما كل من المنافسة الاحتكارية، واحتكار القلة.

وقد كان الاقتصاديون التقليديون يميزون، أساساً، بين نوعين فقط من الأسواق هما:

سوق المنافسة الكاملة: حيث يسود عنصر المنافسة وينتفي تماماً عنصر الاحتكار.

[1] - المرجع السابق.

سوق الاحتكار المطلق: حيث يسود عنصر الاحتكار وينتفي تماماً عنصر المنافسة.

أما الاقتصاديون المعاصرون فهم يرون أن كلاً من المنافسة الكاملة والاحتكار المطلق هما سوقان متناقضان ومتعارضان في هيكلهما تماماً. بل أن إمكانية وجودهما بصورتهما المطلقة في الحياة الاقتصادية الواقعية هو أمر نادر[1].

سوق المنافسة الكاملة:

يتميز سوق المنافسة الكاملة بشروط خاصة إذا اجتمعت كلها تم تسمية السوق بسوق المنافسة الكاملة. وإن هذا النموذج قد حظى بالعديد من الدراسات من جانب الاقتصاديين، إذ تبدأ به دائماً، دراستهم لنظرية الأسواق.

وتتمثل هذه الشروط فيما يلي:

أ- التجانس بين وحدات السلعة:

يقصد بالتجانس أن تنتج كافة المشروعات المنتجة للسلعة محل البحث وحدات منها متماثلة أو متشابهة تماماً وليس وحدات متباينة أو متنوعة من مشروع لآخر، بشرط أن يكون التجانس من وجهة نظر المستهلك. وبتعبير آخر أن لا يختلف إنتاج أي منتج في نظر المستهلك، عن إنتاج منتج آخر من نفس السلعة. فكل وحدة من وحدات السلعة تتساوى في نظره مع أي وحدة أخرى من حيث قدرتها على إشباع نفس الحاجة، ومن حيث درجة الإشباع. فكل ما تنتجه المشروعات يعتبر بديلاً كاملاً عن سلع المشروعات الأخرى.

ويترتب على ذلك الشرط النتائج التالية:

أ) عدم تفضيل أي مشتر لمنتج على آخر، فيستوي لديه أن يحصل على المنتج من البائع (أ) أو (ب) أو غيرهما من البائعين.

ب) أن المنتج أو البائع لا يفضل التعاقد مع مشتر دون الآخر. فكل بائع يكون مستعداً لتقديم سلعته لمن يكون قادراً على دفع ثمنها.

1 - http://www.pua.edu.eg.

ب- تعدد البائعين وتعدد المشترين:

يشترط أنه يوجد عدد كبير من البائعين والمشترين للسلعة محل البحث، بحيث يكون نصيب كل مشتر أو بائع للسلعة ضئيلاً جداً بالنظر إلى حجم السوق بأكمله. ويترتب على ذلك: أن أي مشترى منفرد أو بائع منفرد لا يستطيع أن يؤثر في الكمية المطلوبة أو المنتجة من السلعة سواء بالزيادة أو النقصان. إذ أن طلب المشتري لا يمثل إلا جزء يسيراً من مجموع ما يطلبه باقي المشترين (المستهلكين) من السلعة في السوق. ومن ثم فإن زيادة هذا الطلب أو إنقاصه لا يمكن أن يكون له أثر يذكر على الطلب الكلي.

كذلك فإن إنتاج المنتج (البائع) لا يمثل إلا جزءاً ضئيلاً من مجموع ما يعرض من السلعة في السوق. وبالتالي فإن زيادة هذا الإنتاج أو إنقاصه لا يمكن أن يترك أثراً ملحوظاً على الإنتاج الكلي المعروض.

أضف إلى ذلك، أن المشروع في المنافسة الكاملة يقبل الثمن السائد في السوق للسلعة. فلو حدث وقام برفع الثمن الذي يبيع به عن مستوى ثمن السوق فسيخسر كل المشترين لأنهم يستطيعون الحصول على نفس السلعة بثمن أقل من المشروعات الأخرى المنافسة. كذلك الحال فإن المشروع ليس لديه مبرر لخفض ثمن السلعة الذي يبيع به عن مستوى ثمن السوق طالما أنه يستطيع أن يبيع أي كمية ينتجها وفقاً للثمن السائد في السوق ويحقق الأرباح التي يهدف إلى تحقيقها.

ونتيجة لذلك فإن الثمن، في ظل توفر هذا الشرط، ثابت لا يتغير ولا يتأثر بحجم الكمية المطلوبة من المستهلك الفرد أو الكمية المعروضة من المنتج الفرد. وأن التغير في الثمن لا يحدث إلا في حالة تغير الكميات المطلوبة من مجموع المستهلكين للسلعة أو تغير الكميات المعروضة أو المنتجة من مجموع المنتجين لهذه السلعة.

ج - العلم الكامل بظروف السوق:

ويقصد بهذا الشرط أن يكون مجموع المشترين والبائعين على علم بالثمن السائد في السوق بالنسبة للسلعة موضوع البحث، وظروف عرضها وطلبها.

ويترتب على ذلك:

أ) أن البائعين لا يستطيعون أن يعرضوا السلعة، محل البحث، بسعر أعلى من السعر السائد في السوق. إذ أن المشترين يعلمون بالسعر السائد في السوق ومن ثم فإنهم سيشترون السلعة بالثمن الأقل مما يجبر البائعون على تخفيض أثمانهم فوراً.

ب) أن المشترين لا يستطيعون أن يدفعوا ثمناً أقل من الثمن السائد في السوق، لأن البائعين أيضاً على علم كامل بالثمن السائد في السوق.

د- حرية الدخول والخروج من السوق:

يقصد بهذا الشرط أنه في ظل سوق المنافسة الكاملة، يكون في مقدور أي مشروع جديد يرغب في إنتاج السلعة محل البحث الدخول في صناعة السلعة دون وجود أي عوائق قانونية، اقتصادية، أو إدارية، فليس لباقي المشروعات المنتجة بالفعل لهذه السلعة حق الاعتراض أو المنع من دخول مشروعات جديدة فيها. ويشمل حرية الدخول أيضاً حرية الحصول على عناصر الإنتاج اللازمة لإنتاج هذه السلعة والفن الإنتاجي الواجب إتباعه لإنتاجها. إن المشروعات من حقها أن تقبل على فروع الإنتاج التي تحقق فيها أقصى ربح وتتحول عن الفروع التي تحقق لها خسارة[1].

السعر التوازني في سوق المنافسة الكاملة

يحدد السعر التوازني في سوق المنافسة الكاملة ومن ثم يتم تحديد الكمية التوازنية ؟ لماذا، لان السعر في سوق المنافسة الكاملة يعتبر معطي للمنتج من قبل الصناعة.

$$TR = P\,Q$$

بما ان السعر معطي اذا يعاد كتابة المعادلة السابقة الي:

$$TR = \overline{P}\,Q$$

$$AR = TR/\overline{Q} = P\,Q / Q = \overline{P}$$

$$__ \quad AR = P$$

1 - http://www.pua.edu.eg.

وكذلك يهم المنشأه معرفة مقدار التغير في الايراد الكلي عندما يتغير حجم الانتـاج بوحدة واحدة وهذا يعرف الايراد الحدي

$$MR = TR/Q \; \Delta - \Delta = P\,Q\Delta \;\; Q = P\Delta \; -$$

$$-$$

$$MR = P$$

اي ان المنشأة اذا قررت تغيير حجم الانتاج بوحـدة واحـدة فـإن ايراداتهـا سـتزيد بمقدار سعر الوحدة

I. الارباح في سوق المنافسة الكاملة

تتكون دالة الربح من الاتي:

الربح = الايراد الكلي – التكلفة الكلية

Profit = TR –TC

فدالة الربح ممكن ان تكون موجبة عندما يكون الايـراد الكـلي اكـبر مـن التكلفـة الكلية فيسمي ربح غير عادي، كما يمكن ان تكون سالبة عندما يكون الايراد الكلي اقل من التكلفة الكلية فيسمي خسارة، كذلك يمكن ان تكون تساوي الصـفر عنـدما يكـون الايراد الكلي يساوي التكلفة الكلية فيسمي ربح عادي.

مثال: اذا كان AR=5 , Q*= 25, AC = 3

اذا اوجد حجم الربح او الخسارة؟ وما هو نوع هذا الربح او الخسارة؟

سوق الاحتكار التام:

الاحتكار التام:-هو شكل من اشكال السوق، يتواجد فيه منتج واحد ينتج سلعة ليس لها بدائل قريبة.

ب.صفات سوق الاحتكار التام:

1.وجود منتج واحد في السوق لسلعة معينة.

2.عدم وجود بدائل جيدة للسلعة التي ينتجها المحتكر.

3.استحالة دخول منتجين جدد الى سوق الاحتكار التام لاسباب مالية او تقنية أو قانونية.

4.مرونة الطلب السعرية منخفضة.

5.التحكم الكبير للمنتج بالسعر.

6.المعلومات عن السوق غير متوفرة.

7. يحقق المنتج ارباحا احتكارية.

ج. مصادر الاحتكار التام

1.السيطرة على مصادر المواد الاولية الخاصة بالسلعة المنتجة.

2.قوانين براءات الاختراع.

3.التكاليف المادية الكبيرة جدا لانشاء المشروع الاحتكاري.

4.مميزات السلعة (ذات نفع عام كالكهرباء،والهاتف) او ذات احتكار طبيعي (كالنفط والمعادن).

د. حالة التوازن تحت ظروف الاحتكار التام في المدى القصير

تحقق المشاريع الاقتصادية توازنها ومنها المشروع الذي يعمل تحت ظروف الاحتكار التام عندما تتساوى قيمة الايراد الحدي مع التكاليف الحدية $MC = MR$ في النقطة التي يتقاطع فيها المنحنيان ومنها تتحدد الكمية التوازنية اما السعر فيتحدد من النقطة المقابلة التي تقع على منحنى الطلب.

مثال

البيانات ادناه خاصة بمحتكر وتتضمن الكميات المطلوبة من السلعة المنتجة واسعار تلك الكميات وتكاليف انتاجها.

الكمية Q	1	2	3	4	5
السعر P	11	10	9	8	7
التكاليف الكلية TC	17	18	21	30	48

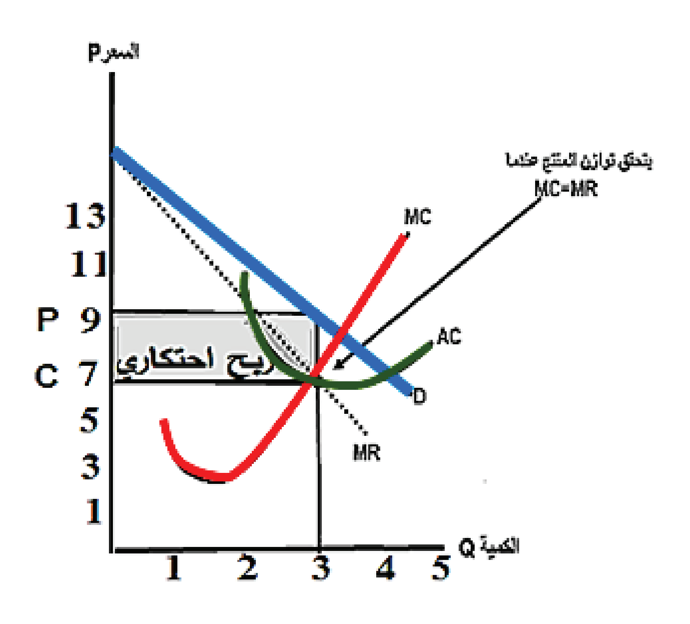
ان حالة التوازن تحصل عندما يساوي الايراد الحدي التكاليف الحديةMR= MC لذلك المشروع وبهدف التوصل الى الكمية التوازنية والربح الاحتكاري الذي يحققه ذلك المشروع نستخرج قيم المتغيرات الاتية:

الايرد الكلي TR = P*Q، التكاليف الحدية MC= ΔQ \ ΔC، الايراد الحدي MR =ΔTR\ ΔQ،التكاليف الكليةالمتوسطة ATC = TC\ Q، وكذلك نجد الربح الاحتكاري من خلال طرح التكاليف الكلية من الايراد الكليTC– TR وكما موضح في الدول 10-3.

الكمية Q	السعر P	التكاليف الكلية TC	الايراد الكلي TR	الايراد الحدي MR	متوسط التكلفة الكلية ATC	التكاليف الحدية MC	الربح والخسارة
1	11	17	11	/	17	/	-6
2	10	18	20	9	9	1	2
3	9	21	27	7	7	3	6
4	8	30	32	5	7.5	9	2
5	7	48	35	3	9.6	18	-13

من الجدول أعلاه نجد ان المحتكر يحقق توازنه عند انتاج 3 وحدات،اذ يحقق اعلى ربح (6) وحدات نقدية.

فالمحتكر يتوازن عندما(MR=MC) لكنه يسعى الى تعظيم ربحه فيرفع السعر من المستوى الذي يقابل هذا التساوي الى المستوى المقابل للعمود الصاعد على منحنى الطلب،اي ان المحتكر يحقق توازنه بانتاج 3 وحدات بسعر وحدات نقدية 9 وكما موضح في الشكل 10-6 أدناه.



[1].

سوق المنافسة الاحتكارية:

يقصد بسوق المنافسة الاحتكارية السوق الذي يجمع بين بعض شروط المنافسة الكاملة من جهة وبعض شروط سوق الاحتكار الكامل من جهة أخرى. فهو تنظيم معين للسوق من جانب البائعين يتوفر فيه الشرطان التاليان:

الشرط الأول: تعدد البائعين (المنتجين للسلعة):

حيث يكون للسلعة أكثر من منتج. فيقوم بتقديم السلعة إلى المستهلكين عدد كبير من البائعين. ومن ثم فإن المنتج المنفرد لا يؤثر كثيراً في إجمالي الكمية المعروضة أو المنتجة من السلعة كما لا يؤثر على نحو يذكر في تحديد الكمية المعروضة أو المنتجة من السلعة كما لا يؤثر على نحو يذكر في تحديد ثمن السلعة.

الشرط الثاني: عدم التجانس:

لا يوجد تجانس بين وحدات السلعة التي يقوم بعرضها هو وغيره من البائعين أو المنتجين. فالمستهلك يستطيع أن يميز بين وحدات السلعة وفقاً للبائعين أو وفقاً

1 - http://www.pua.edu.eg..

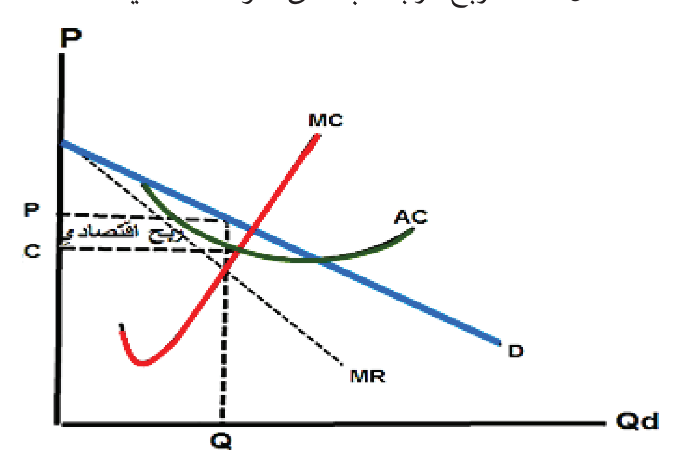
لدرجة الإشباع. وعدم التجانس هنا مرجعه وجهة نظر المستهلك التي يؤسسها إما على أسباب موضوعية تتعلق بالجودة والمتانة، أو على أسباب صورية أو ظاهرية – وهو الوضع الغالب – ينجح البائع في خلقها في ذهن المستهلك عن طريق الإعلان عن السلعة أو جودة التغليف وحسن العرض والمعاملة. أضف إلى ذلك أن المسافة بين البائع والمشتري من شأنها أن تجعله يفضل البائع القريب عن البائع البعيد.

ويترتب على عدم التجانس أن كل مشتر سيرتبط بالسلعة التي يقدمها البائع الذي يفضله على أساس الأسباب سالفة الذكر. وبتعبير آخر، يتعلق مشتر معين بالسلعة التي يقدمها البائع (أ) دون غيره. ويتعلق مشتر آخر بالسلعة التي يقدمها البائع (ب)... وهكذا، ليصبح لكل من البائعين (المنتجين) سوقه الخاص الذي يضم المشترين المرتبطين به، والذي يفضلون سلعته هو على غيرها[1].

توازن سوق المنافسة الاحتكارية في المدى القصير

1. ان شرط حصول حالة التوازن في المديين القصيرو البعيد هو ان التكلفة الحدية للانتاج تساوي ايراده الحدي MC=MR.

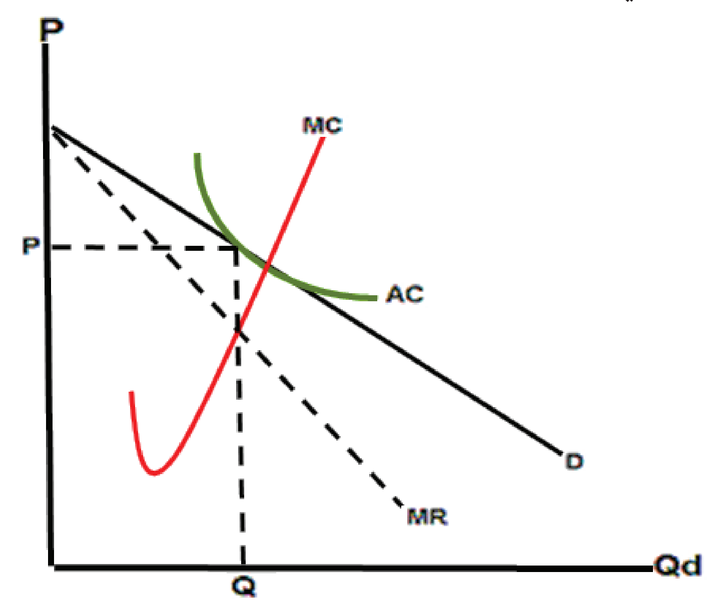
2.في المدى القصير قد يحقق المنتج توازنه مع تحقيق ربح اعتيادي أو اقتصادي لكن حالة الربح الاقتصادي تختفي في المدى البعيد كما وبصورة مشابهة لسوق المنافسة التامة. ان حالة الربح مرتبطة بمنحنى متوسط التكاليف.



1 - http://www.pua.edu.eg.

ج. توازن سوق المنافسة الاحتكارية في المدى البعيد

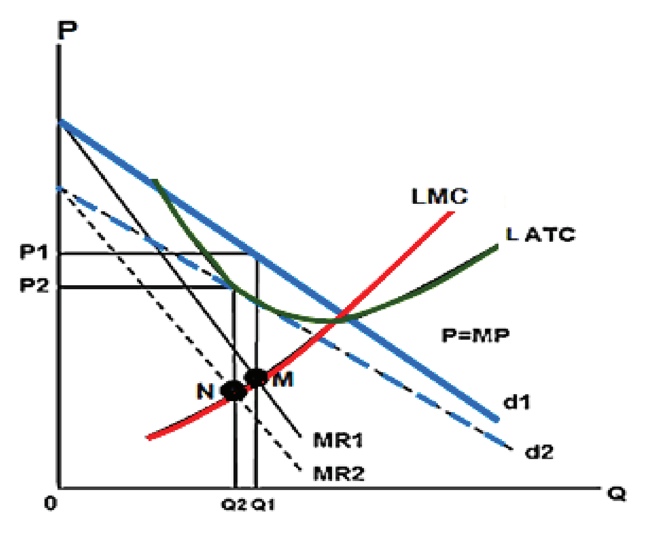
إن التشابه بين سلوك المنشأة في ظل الاحتكار التام والمنافسة الاحتكارية في المـدى القصير لا يمتد إلى المدى البعيـد وذلـك نتيجـة لوجـود عوائـق دخـول رئيسـة في سـوق الاحتكار التام وعدم وجودها في سوق المنافسـة الاحتكاريـة.وفي الواقـع فـإن المنافسـة الاحتكارية تتشابه مع المنافسة الكاملة من حيث عدم وجود عوائـق دخـول في المـدى البعيد وسهولة انتقال عناصر الانتاج من وإلى السـوق.وهـذا يعنـي أن الوضـع الوحيـد الذي يحقق التوازن للمنشأة الاحتكارية في المدى البعيـد هـو تحقيـق أربـاح اعتياديـة فقط كما هو الحال في حالة المنافسة الكاملة حيث أن شروط التـوازن في هـذه الحالـة هـو ان التكـاليف الحديـة تسـاوي الايـراد الحـدي MR = MC، وان السـعر يسـاوي متوسط التكاليف P = AC.[1]



ويلاحظ أن هذا الوضع هو الوضع الوحيـد لتـوازن المنـافس الاحتكـاري في المـدى البعيد، وأن المنافس الاحتكاري إذا مـا حقـق أرباحـا اقتصـادية في المـدى القصـير فـإن

[1] N. Gregory Mankiw, Principles of Economics, 5th edition. South-western Cengage Learning; 2011.

دخول مشاريع جديدة للسوق في المدى البعيد لن يسـمح لـه باسـتمرار تحقيـق هـذه الأرباح الاقتصادية.



لنفترض أن منحنى الطلب على سلعة منشأة معينة في سوق المنافسـة الاحتكاريـة هو d1 ومنحنى الإيراد الحدي هو MR1 وعلى ضوء ذلك فإن المنشأة ستحقق توازنهـا في النقطة Mوتنتج الكمية Q1 بسعر P1 وعندها سوف تحقق ربحـا اقتصـاديا وذلـك لكون P1 > ATC.

غير ان هذه الأرباح الاقتصادية سوف تغري منافسـين جـدد للـدخول إلى السـوق نظـراً لعدم وجود عوائق تمنع من ذلك، وهذا سيؤدي إلى يكـون منحنـى الطلـب الـذي سـتواجهه المنشأة أكثر مرونة، والسبب في ذلك أن دخول هذه المنشات الجديدة يجعل جزءاً من زبائن االمنشاة الموجودة أصلاً في السوق ينتقل إلى هذه االمنشات الجديدة، وهذا يعنـي أن الطلـب على سلعة كل منشأة مـن االمنشـات الموجـودة سـينخفض في المـدى البعيـد وبالتـالي ينتقـل منحنى الطلب من المحل الهندسي ل d1 إلى المحل الهندسي d2 وسوف يكون منحنى الطلب d2 أكثر مرونة من منحنى الطلب d1 وذلـك لأن دخـول مؤسسـات جديـدة للسـوق يعنـي وجود بدائل إضافية جديدة لسلعة المنشأة الموجودة أصلاً وبالتالي سـيكون منحنـى الطلـب d2 أقل انحدارا من منحنى الطلـب d1 (يبتعـد عـن المحـور السـيني)، ويلاحـظ أن منحنـى الطلـب d2 أصـبح مماسـاً لمنحنـى (LATC) وأصـبحت نقطـة التـوازن الجديـدة هـي

النقطة N وتكون كمية الإنتاج هي Q2 حيث عند هـذه النقطـة MC=MR2 ويكـون ATC = P2 مما يعني أن المنشأة سوف تحقق أرباحاً اعتيادية فقط في المدى البعيد.

سوق احتكار القلة:

يقصد بسوق احتكار القلة قيام حالـة الاحتكـار دون أن تتمثـل في وجـود بـائع أو منتج وحيد للسلعة أو وجود مشتر أو مستهلك وحيد للسـلعة بـل يوجـد هنـاك عـدد قليل من البائعين لسلعة ما أو عدد قليل من المشترين لهذه السلعة بحيث يكون لهـم تأثير في تحديد الكمية المعروضـة والمطلوبـة للسـلعة ومـن ثـم التـأثير في تحديـد ثمـن السلعة سواء بالزيادة أو النقصان. [1]

وقد يحدث احتكار القلة سواء من جانب البائعين أو من جانب المشترين.

أ- احتكار القلة من جانب البائعين:

- يشترط هذا النوع من السوق تعدد البائعين ولكن بصورة محـدودة لا تصـل إلى التعدد المقصود في سوق المنافسة الكاملة. فهو يتميز بوجود عـدد قليـل مـن البـائعين (المنتجين) لسلعة ما، بحيث يكون لكل منهم دور هام في تحديد الكميـة المعروضـة أو المنتجة للسلعة محل البحث والثمن في السوق.

فالكمية المعروضة من جانب كل بائع تمثل جزءاً هاماً وأساسياً من إجمالي الكميـة المعروضة في السوق. ويترتب على ذلك أن كل بائع (منتج) يأخذ في اعتباره، عند اتخـاذ قراراته بشأن الكمية أو تحديد الثمن، قرارات غيره من البائعين للسلعة، محل البحـث، كما أن غيره من البائعين يأخذون في اعتبارهم قراراته.

- ويفترض في هذا السوق عدم التجانس التام بين وحـدات السـلعة محـل البحـث بالمعنى السابق تحديده في سوق المنافسة الاحتكاريـة. فالسـلعة – وإن كانـت تتماثـل من حيث خصائصها الجوهرية- تختلف في الغالب من الأحيـان مـن حيـث خصائصـها الصورية أو الشكلية.

[1] - H.L.Ahuja,Advanced Economic Theory (Microeconomic Analysis),Rajendra Ravindra printers ,New Delhi ,14Ed,2004.

- وفيما يتعلق بشرط العلم التام بظروف السوق، فهو شرط واجب تحقيقه في سوق احتكار القلة من جانب البائعين للسلعة محل البحث، فإذا أراد أحد البائعين تخفيض ثمن السلعة، وهو قادر على ذلك بحكم عدد التجانس بين وحدات السلعة السالف بيانه، من أجل جذب عدد أكبر من المستهلكين لهذه السلعة، فإنه يعلم أن غيره من البائعين سيتخذون قراراتهم بشأن الثمن والكمية المعروضة على ضوء ما اتخذه من قرارات.

- وأخيراً: فإن شرط حرية الدخول والخروج من السوق متحقق في سوق احتكار القلة ولكن بصورة محدودة جداً، إذ تواجه كل مشروع يريد الدخول في إنتاج السلعة، محل البحث، العديد من العوائق القانونية والمادية التي قد يستطيع القلة تجاوزها والدخول في مجال هذا الإنتاج.

ب- احتكار القلة من جانب المشترين:

- يتميز هذا السوق بتعدد المشترين (المستهلكين) للسلعة محل البحث ولكنه تعدد محدود لا يصل إلى التعدد المقصود في سوق المنافسة الكاملة. ومن ثم يكون لكل منهم دور في تحديد كل من الكميات المطلوبة من السلعة وأثمانها. فالكمية المطلوبة من كل مشتر تمثل جزءاً هاماً من إجمالي الطلب الكلي عليها. ويترتب على ذلك أن كل مشتر يتخذ قراراته فيما يتعلق بالكمية المطلوبة أو الثمن واضعاً في اعتباره قرارات غيره من المشترين. بل وأيضاً يفترض أن غيره من المشترين يتصرفون على نفس الأساس أخذين في اعتبارهم ما يتخذه هو من قرارات. وهذا يتطلب أن يكون كل مشتر على علم كامل بظروف السوق[1].

أنواع الاحتكار

يأخذ الاحتكار في العصر الحاضر عدة أشكال أو أنواع وهي:

التروست:

يعود تعبير التروستTrust في أصله القانوني إلى استعماله لدى رجال القانون الأنكلوسكسون في الحديث عن النظام الذي يدير بمقتضاه شخص موضع ثقة أموالاً لحساب غيره. أما الاستعمال الاقتصادي لهذا الاصطلاح فيعبر عن نوع من

1 - http://www.pua.edu.eg.

الاتحاد الاحتكاري يبدو في اندماج مشروعات بهدف تكوين مشروع واحد كبير، وذلك بغرض تحقيق حالة احتكارية أو شبه احتكارية، أو بغرض تخفيض النفقات، ورفع معدلات الأرباح. ويأخذ الاندماج عدة أشكال قانونية على الوجه التالي:

ابتلاع مشروع مشروعاً آخر.

انحلال عدة من الشركات بهدف تكوين شركة جديدة، على أن يمنح المساهمون القدماء أسهماً في الشركة الجديدة تعادل ما كان لهم من ملكية في شركاتهم القديمة. ويلاحظ أن هذه العملية (الانحلال والاندماج) تحمل الشركات نفقات باهظة. لذلك تعمد المشاريع التي تود إنجاز مثل هذا الاندماج إلى أسلوب الشركة القابضة holding[1].

ويمكن التفريق بين التروست الأفقي الناتج من اتحاد شركات فرع صناعي واحد، والتروست العمودي وهو الشكل الذي يقوم بين مشروعات تؤلف سلسلة متكاملة ويكوّن منْتَج كل واحد منها مادة أولية أو مساهمة رئيسية في منتج المشروع الذي يليه، والتروست في هذه الحالة إما أن يكون تجمعاً متبايناً ينتج مواد أولية ويدير مؤسسات صناعية تستخدمها، ثم ينتج منتجات نهائية وشبه نهائية وإما أن يكون متجانساً يتألف من تجمع شركات تنتج مواد أولية ومنتجات شبه نهائية، تسهم كلها في إخراج منتج نهائي واحد.[2]

ويغلب أن تحتفظ الشركات المندمجة بشخصيتها القانونية وتبقى مستقلة من حيث الشكل إلا أنها تفقد في الواقع استقلالها الاقتصادي لتكون مشروعاً واحداً[3].

---

1 - الشركة القابضة هي: مؤسسة أو مشروع مشارك في مؤسسة أو في عدة مؤسسات إنتاجية بحيازة أسهم هذه المؤسسات بما يتيح لها الحق في مراقبة إدارتها مالياً وإنتاجياً وتجارياً وهي بوجه عام أحد الأشكال الأكثر انتشاراً في بلدان عديدة من أجل الوصول إلى وضع احتكاري أو شبه احتكاري. والشركة القابضة من جهة ثانية تتكون أصولها أو معظم أصولها من أسهم شركات أخرى مستقلة صورياً.

2 Dominick Salvatore, Microeconomics Theory and applications, New York, Oxford University Press, Fourth Edition, 2003.

3 - الاحتكار: خالد رعد، المركز الوطني للتوثيق.الموسوعة العربية.

الكارتل:

نشأ الكارتل Cartel أو اتحاد المنتجين في ألمانيا أول مرة في عام 1862 حينما تأسس كارتل الحديد الأبيض، وفي عام 1906 وصل عدد هذا النوع من الاندماج الاحتكاري إلى 385 تضم 12000 مؤسسة.

والكارتل اتفاق بين عدد من المشروعات التي تنتمي إلى فرع معين من فروع الإنتاج يكون الهدف منه الحد من المنافسة فيما بينها أو منع قيام المنافسة وفي غير موضوع الاتفاق يحتفظ كل من المشروعات باستقلاله الاقتصادي والمالي والفني. وهذا يعني أن السوق تواجه عدة مشروعات، ولا تواجه مشروعاً واحداً كما في حالة التروست. والكارتل والحالة هذه، هو اتحاد تجاري مهتم باقتسام الأسواق فيما بين الأطراف المتعاقدة، أو بتحديد أسعار معينة للبيع، أو بتحديد حصص الإنتاج. ولا تعني السوق في هذه الحالة السوق الوطنية فقط، فقد تكون سوقاً قاريّة أو عالمية. ويقوم الكارتل، أخيراً بتوزيع الأرباح بعد أن تقوم الهيئة العليا بجمع أرباح المشروعات المنضمة، وبإعادة توزيعها على أساس النسب المتفق عليها.

ويشترط لنجاح الكارتل، في النظام الاقتصادي الرأسمالي شروط عدة أهمها:

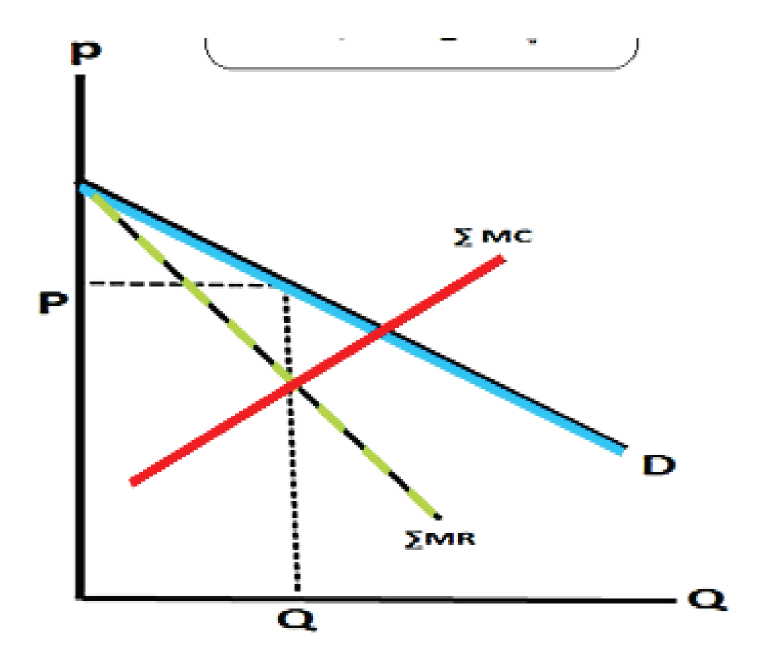
التزام الأطراف المتعاقدة نصوص العقد التزاماً مطلقاً.

انضمام أغلب المنتجين إلى اتفاق الكارتل،وذلك لتشكيل القوة اللازمة لتنفيذ الاتفاق في السوق.

قلة عد المشروعات التي تقوم بالإنتاج في الفرع الذي يراد إقامة الكارتل فيه لتكون عملية الاتفاق سهلة.

تقارب درجة كفاية المشروعات الفنية التي تندمج في الكارتل وذلك في الغالب من الأحوال[1].

1 - الاحتكار: خالد رعد، المركز الوطني للتوثيق.الموسوعة العربية.



الكونسورتيوم (اتحاد شركات):

الكونسورتيوم Consortium أو اتحاد الشركات هو تجمع يضم شركات كبيرة يقوم لمواجهة طلب كبير يفوق قدرة كل واحدة منها على حدة. ويمكن أن يكون اتفاقاً مؤقتاً أو اتفاقاً منصباً على طلب معين لمصلحة جهة حكومية أو خارجية. كما يمكن أن يكون اتفاقاً دائماً في حالات تكتل المصدرين أو المستوردين،وهو شكل حديث من حيث الانتشار أو كثافة الفعالية وحجمها. وفي هذه الحال يحتل اتحاد الشركات مركزاً مسيطراً على أقنية العرض في حالة الطلب الخاص (أي الاتفاق المؤقت) ومركزاً مشابهاً إن لم يكن مطابقاً لهذا في الحالة الثانية (أي تجارة الاستيراد والتصدير التي تحاول أن تواجه الصراع على الأسواق، فإن هذا النوع من الاتحادات يعمل بفعالية عالية ويفلح في معظم الأحيان في السيطرة على العرض في السوق الرأسمالية وذلك في الحالتين المذكورتين[1].

1 - الاحتكار: خالد رعد، المركز الوطني للتوثيق.الموسوعة العربية.

المجموعة المالية:

إن كثافة التمركز الاقتصادي لـرأس المـال الصـناعي، في القطـاع المصرفي وفي فـروع اقتصـادية أخـرى، وتطـور الاحتكـارات الصـناعية والمصرفيـة، والـدمج بـين رأس المـال الصـناعي والمصرفي، إن كـل ذلـك أدى إلى ولادة نمـوذج جديـد مـن التمركـز عـرف بالمجموعة المالية أو مجموعة رأس المال المالي. ويتميز هذا النموذج مـن سـابقيه في أن فعالياتـه الاقتصـادية متسـعة جـداً وتصـيب مجمـل الفـروع الاقتصـادية في الاقتصـاد الوطني، بل كثيراً من المجـالات الحيويـة الاجتماعيـة السياسـية في الدولـة. وفي الوقـت نفسه فإن تركيب هذه المجموعـات يتمتـع بقـدرة عاليـة عـلى الحركـة واللامحدوديـة والقدرة هذه خاصة استراتيجية تتطلبها بنيته أولاً، وأهدافه البعيدة ثانياً.

ففي النظام الاقتصادي الرأسمالي، ولاسيما في أوربا الغربية وأمريكا الشـمالية تقـع مجاميع كبيرة من الشركات المنتجة في دائرة نفوذ المجموعات الماليـة، وتقـوم الشركـات الكبيرة جداً بدور مراكز القرارات المهمة للشركات المنضمة، وذلك فـيما يخـص القضـايا التي تقع خارج النشاطات اليومية الجارية لها.

وتقوم المجموعة المالية بمراقبة عدد مـن المؤسسـات المنتجـة التـي تسـيطر عليهـا وتدفع بقدرتها باستمرار حتى إنها تخرج في كثير من الأحيان مـن السـوق الوطنيـة إلى السوق الدولية.

وتـرتبط المجموعـات الماليـة الرئيسـية بـروابط قويـة جـداً تعمـل عـلى تنسـيق النشاطات والفعاليات الاقتصادية والسياسـية فـيما بينهـا. وتُهمـل المجموعـات الماليـة الرئيسية الإطار الجغرافي لحقل نشاطاتها ويزداد انفصالها عن المصـالح الوطنيـة العليـا للدولة الأم وتتجه نحو النظر إلى العالم وحدةً اقتصادية واحدة تمارس فيها فعالياتها.

وتتشكل المجموعات المالية في غالب الأحيان بالسبل التالية:

- تبادل الشركات الأسهم فيما بينها.
- إعادة تعيين أشخاص كانوا معينين من قبل أعضاء في إدارة أكثر من شركة.

- الاتفاق فيما بينها وهو اتفاق يختلف عن الاتفاق في حالة الكارتل[1].

الاحتكارات الدولية والسيطرة الاقتصادية:

في الثلث الأخير من القرن العشرين تنامى دور الاحتكارات الدولية في الاقتصاد العالمي وفي السياسة العالمية أيضاً، وقد شمل تأثيرها جميع مجالات الاقتصاد الرأسمالي العالمي من دون استثناء، وقد بلغ الصراع العالمي بين الاحتكارات العملاقة حداً لم تعرفه من قبل، ومن الملاحظ أن هذا الصراع قد ترافق مع بروز اتجاه متزايد نحو التعاون والتشاور بين احتكارات دول مختلفة.

إن الثورة التقنية العلمية وتنامي تدويل العلاقات الاقتصادية الدولية وتكثيف التمركز العالمي في الإنتاج ورأس المال، وتقليص رقعة السيطرة الإقليمية للاستعمار بتأثير حركة التحرر القومي الجارية في العالم وتخطي الحدود الوطنية من قبل الرأسمالية الاحتكارية الدولية، كل هذا لا يتطلب تكوين احتكارات عالمية وتعزيز دورها في العلاقات الاقتصادية والسياسية الدولية فحسب، وإنما يتطلب كذلك تنويعاً في نشاطات هذه الاحتكارات وتعقيداً أكبر وأشكالاً جديدة، وطرائق أحدث من تلك التي سادت في حقبة «الاحتكارات الكلاسيكية».

لقد أدت الاحتكارات الكلاسيكية الدور الرئيسي في الصراع على مناطق النفوذ وأسواق التصريف في بداية القرن العشرين، (التروستات العالمية، وكذلك الكونسرتات، والكارتلات) وتعدّ التروستات والكونسرتات، من الأشكال الأقل انتشاراً بالنسبة للاتحادات الدولية، إذ يجب تفريقها عن الاحتكارات الوطنية التي لها نشاطات خارجية. أما التروستات والكونسرتات الضخمة التابعة لدول رأسمالية كبرى، فإن سيطرتها تغطي أيضاً جزءاً لا يستهان به من النشاط الاقتصادي في دول كبيرة.

وعلى ذلك فإن التفريق بين الاحتكار الوطني أو الدولي يتوقف على مدى سيطرة أقطاب المال على قيادة هذا الاحتكار أو ذاك في بلد معين وتوجيهه، ويمكن تسمية احتكار ما احتكاراً عالمياً أو متعدد الجنسيات عندما يسيطر على مقدراته رأسماليون من بلدين أو أكثر، ويلاحظ أن التروستات والكونسرتات ظهرت حتى

1 - المرجع السابق.

الحرب العالمية الثانية من اندماج أو انصهار شركات بلد معين بمشروعات بلـد آخـر، أو عن طريق تأسيس شركات جديدة مشتركة من قبل احتكـارات دول مختلفـة. أمـا بعـد الحرب فإنه يصعب القول إن هذين الشكلين كانـا أكـثر انتشـاراً. فلقـد تغـير مضـمون اتفاقات الكارتلات اليوم تغيراً جذرياً إذ حلت الشركات المتحدة محل الكارتلات الدولية التقليدية أو الكارتلات الغنية.

والشركـات المتحـدة إنمـا هـي اتحـادات مـن أنـواع مختلفـة يـتم تنظيمهـا وفقـاً لمنطلقات إنتاجية وعلمية وتقنية، وتنفذ في الوقت نفسه مهام الكارتل التقليدي. يرمي هذا النوع من الاحتكارات إلى تطوير المواصفات وتوحيد القطع والأجـزاء التـي تنتجهـا الشركات الأعضاء من بلدان مختلفة، وإلى تبادل المعلومات العلمية والتقنية والتجارية، وإلى تنسيق النشاطات التجارية الدولية لهذه الشركات كـما تقـوم بـإجراءات تنظيميـة تتعلق بالسياسات السعرية، مسـتخدمة الطرائـق الكلاسـيكية التـي كانـت تسـتخدمها الكارتلات الدولية على نحو واسع، وعن طريق شكل هذه الاتحـادات(اتحـاد الشركـات العاملة في فرع معين ضمن الأهداف المنوه عنها) تقوم الاحتكـارات القياديـة بإخضـاع المتوسطة والصغيرة المنتسبة للاتحاد لسيطرتها التامة. ويتم توجيـه هـذه الشركـات إلى القيام بالتوريدات الثانويـة، أو إلى التخصـص بإنتـاج أنـواع القطـع التبديليـة أو بعـض أجزاء السلعة النهائية، الأمر الذي يحكم ارتباطها بالاحتكارات القيادية إحكاماً أشد.

ويلاحظ أن اتحاد الشركات يعمل كشخص اعتبـاري مشـهور تجاريـاً أو صـناعياً إذ يـتم تسجيله شركة مساهمة في غالب الأحوال وهنا يبرز فارق كبـير بينـه وبـين الكارتـل، إذ يتـيح هذا الشكل القانوني لإدارة الاتحاد إكمال النظام وتعديلـه واتخـاذ القـرارات وفقـاً لتقديراتـه الخاصة، ومن دون أخذ موافقة جميع المشاركين، على عكس ما هو الحـال في الكارتـل الـذي تمنع اتفاقياته اتخاذ أي إجراء بصورة منفردة. وتملك اتحادات الشركات الوطنيـة المنضـمة إلى اتحادات الفروع الدولية، وسائل ضخمة للتأثير في حكوماتها، فهي تمـارس نفوذهـا الواسـع في التدخل في التركيب الشخصي لمختلف اللجان الاقتصادية الحكومية العليـا، وتشـارك مشـاركة مباشرة في إعداد مشـاريع القـوانين المتعلقـة بالسياسـة التجاريـة وحقـوق بـراءات الاخـتراع والصـنع والضرائـب، وتعـدّ اتحـادات الشركـات الدوليـة غالبـاً بمنزلـة مكـان حتمـي

للاتفاق بين الاتحادات الضخمة لفروع حول التعريفة الجمركية وغيرها من القضايا الاقتصادية، ويتم فيما بعد تنفيذ اتفاقاتها عن طريق الحكومات التي تساندها أو من قبل أجهزة قارية أو عالمية مثل الأسواق المشتركة.

ولهذا يمكن عدّ اتحادات الفروع الدولية، الشكل الحديث للتنظيم الاقتصادي الرامي إلى اقتسام العالم الرأسمالي، وهو أشمل وأرقى من شكل الكارتلات الدولية وفعاليتها. ومن جهة ثانية ينسجم هذا الشكل مع المرحلة الحالية لتطور رأسمالية الدولة الاحتكارية بسبب قدرته على السيطرة على القرار الحكومي واتساع رقعة فعالياته وكثافة التمركز الرأسمالي فيه، وأخيراً استخدام أعلى القدرات التقنية والإدارية الحديثة.

وفي معرض معالجة الاحتكارات والاقتصاد العالمي لا بد من ذكر ما يمكن ذكره عن الاحتكارات الوطنية التي خرجت عن حدود وطنها الأم. فلقد اتسعت حركة خروجها هذه بعد الحرب العالمية الثانية اتساعاً كبيراً، وينطبق ذلك على الاحتكارات الأمريكية خاصة. لقد ساعدت قدرة هذه الاحتكارات، وانتشار بعض الليبرالية في التجارة الدولية وتخفيف القيود المفروضة على القطع، وزيادة حجم كتلة الأموال في أسواق العملات الأوربية لقد ساعد هذا كله على إيجاد الأسس الموضوعية لتطوير فعاليات الاحتكارات بهذا الاتجاه. علماً بأن هذه الظاهرة تعممت بعد ذلك فيما سُمي بالشركات «المتعددة الجنسيات» ولم تعد مقتصرة على الاحتكارات الأمريكية. إن حصة هذه الاحتكارات الوطنية في مجمل الاقتصاد العالمي الرأسمالي - على شكل استثمارات خارجية - في نمو مستمر، وإن كثيراً من الفروع الصناعية المتقدمة غدت تخضع لسيطرة هذه الاحتكارات (أوربا الغربية) وتختار هذه الاحتكارات «المتعددة الجنسيات» الفروع التي تتميز بالتقنية المتقدمة، عن طريق استخدام المبتكرات الجديدة، وتحقيق معامل مرتفع في النمو، وتنتشر هذه الشركات في دول العالم الثالث (في الصناعات الاستخراجية والملوثة) وتسهم في الخلل الكبير والواضح في معدلات التبادلات التجارية الدولية بين هذه الكتلة وتلك الشركات. وتتسع الفجوة السعرية بين منتجات هذه الشركات النهائية وأسعار المواد الأولية المسيطر على مكامنها في العالم الثالث من قبل الشركات المتعددة الجنسيات.

ويمكن القول: إن مركز القرار الموحد للشركة المتعددة الجنسيات هو أحد مميزاتها الرئيسية، تلك الميزة التي تؤلف تهديداً خطيراً لبلدان العالم المضيفة لها. والحال إن مركز القرار المرتبط ارتباطاً وثيقاً بالبنى والمصالح الاقتصادية وميزان مدفوعات الدولة الأم، لا يمكن أن ينطلق في قراراته إلا من ظروفه المحلية المذكورة المحيطة به، كما أن كثيراً من نشاطاتها لم يخضع ولا يمكن أن يخضع لضوابط قانونية دقيقة في البلدان المضيفة، ومن ذلك قدرتها على تغيير حجم الإنتاج وحقها في بناء منشآت إنتاجية جديدة، أو إغلاق بعضها، واختيار التخصصات الإنتاجية، واختيار الموردين والمشترين والأسواق وتحويل الأرباح.

وبصور عامة ترتكز قراراتها على قاعدة جني أكبر قدر ممكن من الأرباح في صراعها الخارجي، ولا تراعي تلك الشركات المصالح الوطنية العليا للدول المضيفة بصورة متناسبة ومتوازنة، وتتجاهل أيضاً إمكانات التشغيل أو حجم التجارة الخارجية واتجاهها وإسهاماتها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية لتلك الدول.

لقد دفعت نشاطات الاحتكارات الدولية بكل أنواعها - كارتل - كونسرتيوم - تروست، اتحاد شركات وطنية،اتحاد شركات فروع، شركات متعددة الجنسيات...، الاقتصاد العالمي إلى حال من اللاتوازن واللاتكافؤ، سواء كان ذلك على صعيد تشديد وتيرة نمو معدلات الأرباح على مستوى الاقتصادات الوطنية، أو على مستوى الاقتصاد العالمي، أو على صعيد الخلل في معدلات التبادل الدولية.

إن نزعة الاحتكارات الرأسمالية الواضحة إلى النظر إلى العالم كله وحدةً جغرافية اقتصادية واحدة، وانتشارها على هذا الأساس، وقيام أشكال متعددة من التنسيق بين إداراتها، فيما يتعلق بالمواجهة مع المصالح الوطنية لدول العالم الثالث، أو باقتسام الأسواق أو تنظيم السعر العالمي. إن هذه النزعة لا يمكن أن تتحقق بمعزل عن الحماية الرسمية والدعم الحكومي لحكوماتها الأم[1].

1 - المرجع السابق.

قياس درجة الاحتكار

قوة الاحتكار تختلف من نموذج سوق الى اخر و تبدأ من سوق المنافسة الاحتكارية وتنتهي في سوق الاحتكار التام،ومن هنا نجد ان الاحتكار هو درجات وبالتالي كلما زادت تلك الدرجة فأنها تدل على زيادة درجة سيطرة المنتج على سياسة الانتاج والتسعير.

طرق قياس درجات قوة الاحتكار

1:- مرونة الطلب السعرية كقياس قوة الاحتكار

وعلى وفق هذا المقياس فأن هناك علاقة عكسية بين مرونة الطلب السعرية للسوق ودرجة قوة الاحتكار فتزداد تلك الدرجة مع انخفاض مرونة الطلب السعرية ويمكن الحصول على تلك الدرجة من الصيغة:-[1]

$$\text{درجة قوة الاحتكار} = \frac{1}{\text{مرونة الطلب السعرية}}$$

وهكذا نجد ان قوة الاحتكارعندما تكون مرونة الطلب السعرية =2 مثلا،تساوي0.5 بينما عند مرونة الطلب السعرية =0.2 تكون قيمتها 5.

غير ان هناك انتقاد لهذة الطريقة،فأذا كانت المرونة مقياس لقوة الاحتكار فأن درجات القوة تكون مختلفة بأختلاف درجات مرونة الطلب السعرية التي تختلف على منحنى الطلب فمثلا ان درجة مرونة الطلب السعرية على منحنى الطلب الخطي تكون متكافئة (تساوي1)عند المنتصف بينما تكون مرتفعة في اعلى تلك النقطة ومنخفضة في اسفلها مما جعل المرونة تعطى نتائج مختلفة وغير واقعية وأكثر من ذلك فأن مرونة الطلب السعرية كمقياس لدرجات الاحتكار في بعض الصناعات احتكار القلة عندما تكون المنافسة بين عدد قليل من المنتجين كل واحد منها يخشى وبدرجة كبيرة من الحرب السعرية وبذلك لاينتج مستندا الى منافسة غير سعرية وانما يستند على تميز سلعته من خلال الدعاية والاعلان او

1.د.عبد المنعم السيد على، مبادئ الاقتصاد الجزئي، العراق،مطابع جامعة الموصل،1984.

تعديل مستوى التكاليف وبالتالي تصبح مرونة الطلب السعرية مضللة في تحديد درجة التحكم او قوة الاحتكار في السوق

2:- مقياس ليرنر

يستند هذا المقياس الى اتخاذ المنافسة التامة كأساس في قياس درجة قوة الاحتكار،فكماهو معروف ان سوق المنافسة التامة كأساس في قياس درجة قوة الاحتكار فكما هو معروف ان سوق المنافسة التامة من خلال الاستخدام الامثل للموارد الاقتصادية يعظم المنفعة الاجتماعية وبالتالي فألابتعاد عنه يمكن ان يكون مؤثرا على درجة قوة الاحتكار، فكما هو معلوم ان السعر التوازني في سوق المنافسة التامة مساويا للتكاليف الحدية للأنتاج مما يعظم المنفعة الاجتماعية ويحقق امثلية استغلال الموارد الاقتصادية،وعليه فأن الابتعاد عن سوق المنافسة التامة يعني ان يواجه المشروع منحنى الطلب ويتحدد بعلاقة عكسية تحت منحنى طلب لسوق المنافسة التامة ويجعل منحنى الايراد الحدي يقع تحته وكنتيجة لذلك فأن السعر سيكون اكبر من السعر تحت ظروف المنافسة التامة فتوازن المنتج يحصل عندما تتساوى كل من التكاليف الحدية مع الايراد الحدي لكن السعر لايتحدد بهذه النقطة وانما من المنطقة في الاعلى والتي تقع على منحنى الطلب وبذلك فأن الفرق بين هاتين النقطتين (السعر والتكلفة الحدية) يعبر عن درجة قوة الاحتكار ويمكن الحصول على درجة قوة المحتكر وفق مقياس ليرنر على وفق الصيغة $\frac{P-MC}{P}$ اذ ان P يمثل السعر،MC التكاليف الحدية.

نلاحظ من الصيغة اعلاه ان درجة قوة الاحتكار تزداد كلما كان السعر اكبر من التكاليف الحدية فعند سوق المنافسة التامة وعند التوازن يكون السعر (الذي يساوي الايراد الحدي في هذا السوق) مساويا للتكاليف الحدية للأنتاج فأن درجة قوة الاحتكار تساوي صفر وهكذا فكلما يزداد السعر تزداد درجة قوة الاحتكار

مقياس ليرنر ومرونة الطلب السعرية

كما تم توضيحه اعلاه فان قوة الاحتكار بموجب مقياس ليرنر =

$$\frac{P - MC}{P}$$

وعند التوازن فان الايراد الحدي يساوي التكاليف الحدية MR= MC

وبالتعويض في مقياس ليرنر اعلاه فان:- $\frac{P - MR}{P}$ 1

وكما هو معروف

ان الايراد الحدي = السعر (1− $\frac{1}{\text{مرونة الطلب السعرية}}$)

اي ان:- $$2.........MR = P(1 - \frac{1}{e})$$

اذ ان المرونة السعرية للطلب e هي مرونة منحنى الطلب في النقطة التي تقابل نقطة التوازن، وبتعويض الصيغة 2 في الصيغة 1 نحصل على:-

$$3 ...... \quad \frac{1}{e} = 1 - 1 + \frac{1}{e} = \frac{P\,[1 - (1 - \frac{1}{e}}{P}$$

وهذا يعني ان مقياس درجة قوة الاحتكار تمثل مقلوب مرونة الطلب السعرية فقط في النقطة التي تقابل الانتاج التوازني (MR= MC).

انتقاد مقياس ليرنر لقوة الاحتكار

يرتكز انتقاد مقياس ليرنر لقوة الاحتكار على كونه لايعكس قوة الاحتكار في عناصر التنافس التي تستند على المنافسة اللاسعرية كما تم توضيحه سابقا اذ يقوم المنتج بمنافسة غير سعرية مع بقية المنتجين من خلال تمييز منتجاته بالدعاية والاعلان او اخرى حقيقية،كما تم انتقاد هذا المعيار في اتخاذه سوق المنافسة التامه مع صفة التجانس في سلعته المنتجة كأساس خيالي في عالم من الاسواق التي تتسم بسلع غير متجانسة وتتسم بألاختلاف.

3:- مرونة الطلب المتقاطعة كمقياس لدرجة قوة الاحتكار

لقد كانت طريقة مرونة الطلب المتقاطعة هي الاخرى واحدة من الطرق التي افترضها بعض الاقتصاديين كمقياس لدرجة قوة الاحتكار وفي مقدمتهم الاقتصادي

كالدور Nicholas Kaldor اذ من الممكن ان تقيس هذه المرونة درجة اعتمادية كمية انتاج مشروع على سعر منتج مشروع اخر، فعندما تكون درجة هـذه المرونـة مسـاوية للصفر فأن ذلك يعني ان المشروع قيد البحث لايتأثر انتاجه وسعره بألمشاريع الاخـرى وبألتالي فأنه يمثل مشروعا احتكاريا تاما وكلما زادت درجـة مرونـة الطلـب المتقاطعـة يقترب المشروع من المنافسة التامة وتقل قوة الاحتكار فيه.

غير ان هذه الطريقة غالبا مايتم انتقادها وبشكل خاص لاسيما وان مرونة الطلب المتقاطعة لمشاريع المنافسـة التامـة هـي الاخـرى تسـاوي صـفرا، فلـو فرضـنا ان احـد المشاريع خفض سعره فأنه لن يؤثر عـلى بقيـة المشـاريع الاخـرى، فحصـته في السـوق صغيرة جدا ولن يتمكن من اشباع حاجة السوق الكلية لذا سيبيع حصـته فقـط بـايراد اقل،هذا من جانب ومن جانب اخـر فـأن مرونـة الطلـب المتقاطعـة للسـلعة المنتجـة تحت ظروف المنافسة التامة مساوية للصفر بسبب كونها متجانسة من الدرجـة الاولى اذ ليس هناك اختلافات حقيقية بينها، وبألتالي فأن اي تغيير في سعر وانتاج اي مشروع سوف يكون عديم التأثير على المشاريع الاخرى ومن هنا فعندما تكـون مرونـة الطلـب المتقاطعة لكل من مشروع المنافسة التامة ومشروع الاحتكار التام مساوية للصفر فـأن هذه الطريقة تفشل في التمييز بين المشاريع وفقا لقوتها الاحتكارية.

المراجع

المراجع باللغة العربية

1. أ.د. طارق العكيلي، الاقتصاد الجزئي، دار الكتب للطباعة والنشر، العراق، جامعة الموصل،2001.
2. أ.د.عبد المنعم السيد على، مبادئ الاقتصاد الجزئي، العراق، مطابع جامعة الموصل،1984.
3. د. ابراهيم سليمان قطف و د. علي محمد خليل –مبادىء ألأقتصاد ألجزئي – ألطبعة ألأولى – 2004م – دار ألحامد للنشر والتوزيع – عمان – ألأردن.
4. د. اياد عبد الفتاح النسور – التحليل الأقتصادي الجزئي (مفاهيم ونظريات وتطبيقات) – الطبعة ألأولى 2009م – 1430هج – دار صفاء للنشر والتوزيع – عمان – ألأردن.
5. د. خالد عبد الرحيم الهيتي ود. علي جاسم العبيدي، مبادىء الاقتصاد الاداري، مطابع التعليم العالي، الموصل 1990
6. د. خالد واصف الوزني ود. احمد حسين الرفاعي،مبادئ الاقتصاد الكلي بين النظرية والتطبيق (عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، 2002).
7. د. خزعل البيرماني،مبادئ الاقتصاد الكلي (بغداد: مطبعة الديواني،1987).
8. د. خضر عبد المجيد عقل وآخرون،مبادئ علم الاقتصاد،الطبعة الثانية (الأردن: دار الأمل للنشر والتوزيع، 1994).
9. د. دومنيك سلفاتور،نظرية اقتصاديات الوحدة،ترجمة د. سعد الشيال، (نيويورك: دار ماكجروهيل للنشر،بدون تاريخ).
10. د. رمزى زكي التاريخ النقدي للتخلف دراسة في اثر نظام النقد الدولي على التكوين التاريخي للتخلف الكويت 1987 سلسلة عالم المعرفة عدد 118.
11. د. سامي خليل، مبادئ الاقتصاد الكلى، مكتبة النهضة العربية، القاهرة، 1986.

12. د. سامي خليل، نظرية اقتصادية جزئية، مكتبة النهضة العربية، القاهرة، 1993.
13. د. سامي خليل، نظرية الاقتصاد الكلى الكتاب الأول، الكويت، 1994.
14. د. سلوى سليمان، مقدمة في علم الاقتصاد، بيروت 1970 دار النهضة العربية.
15. د. سمير عبد العزيز، الاقتصاد الاداري، مؤسسة شباب الجامعة للنشر والتوزيع، الاسكندرية 1991
16. د.دومنيك سلفاتور،نظرية اقتصاديات الوحدة، ترجمة د.سعد الدين محمد الشيال، دار ماكروهيل للنشر،1983.
17. د. صبحي تادريس قريصة وآخرون، مقدمة في الاقتصاد (مصر: دار الجامعات المصرية،1967).
18. د. طارق الحاج ود. فليح حسن، الاقتصاد الإداري (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2000).
19. د. طارق الحاج، علم الاقتصاد ونظرياته (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع،1998).
20. د. عارف حمو وآخرون، مبادئ الاقتصاد (عمان: دار اللوتس للنشر والتوزيع ،1993).
21. د. عبد الله عباوي، مبادئ الاقتصاد، الطبعة الثانية (بغداد: مطبعة الإرشاد ،1972).
22. د. عبد المنعم السيد علي، مدخل في علم الاقتصاد- مبادئ الاقتصاد الكلي – الجزء الثاني (بغداد: الجامعة المستنصرية،1984).
23. د. عبد المنعم راضي، مبادئ الاقتصاد (القاهرة: المطبعة العربية الحديثة،1984).
24. د. عبد الوهاب الأمين، ود.زكريا عبد الحميد الباشا، مبادئ الاقتصاد- الجزء الثاني (الكويت: مطبعة دار المعرفة،1983).

25. د. عبد الوهاب الأمين، مبادئ الاقتصاد الكـلي، الطبعـة الأولى (عـمان: دار الحامـد للنشر والتوزيع،2002).
26. د. عرف حمو وعلي أبو شرار ومصطفى سلمان، مبادئ الاقتصـاد (عـمان: دار ابـن رشد للنشر والتوزيع،1988).
27. د. عفاف عبد الجبار سعيد و د. مجيد علي حسين –مقدمة في ألتحليل الأقتصـادي ألجزئي – طبعة ثانية مزيـدة ومنقحـة – 2001م – دار وائـل للطباعـة والـنشر – عمان – ألأردن.
28. د. عمرو محيى الدين، د. عبد الرحمن يسرى، مبـادئ علـم الاقتصـاد، دار النهضـة العربية، 1977.
29. د. فتحي صالح أبو سدرة، مبادئ الاقتصاد (بنغازي، جامعة قاريونس،1998).
30. د. فليح حسن خلف – الاقتصاد الجزئي – 2007م – جدارا للكتاب العالمي – عمان – الأردن و عالم الكتب الحديث – أربد – ألأردن.
31. د. فليح حسن خلف، الاقتصـاد الكـلي، الطبعـة الأولى (عـمان: دار جـدارا للكتـاب العالمي،2007).
32. د. كاظم جاسم العيسـاوي،و محمـود الوادي،مبـادىء الاقتصـاد الجـزئي – تحليـل نظري وتطبيقي – دار المسيرة للطباعة والنشر، الطبعة الثالثة، عمان 2006
33. د. كامل بكري، مبادئ الاقتصاد (بيروت: الدار الجامعية،1987).
34. د. كامل علاوي كاظم ود. حسـن لطيـف كـاظم، مبـادئ الاقتصـاد، الطبعـة الأولى (عمان: دار الصفاء للنشر والتوزيع،2009).
35. د. لبيب شقير تاريخ الفكر الاقتصادي، دار نهضة مصر ط1.
36. د. محمد السريتي، مبادئ الاقتصاد الجزئي 2004 ط1 الدار الجامعية.
37. د. محمد خليل برعـى، مبـادئ الاقتصـاد، مكتبـة نهضـة الشرق، جامعـة القـاهرة، 1985.

38. د. محمد فتحى صقر، مبادئ الاقتصاد، دار الثقافة العربية، 1998.
39. د. محمد يسري د. عبد الرحمن والليثي، مقدمة في علم الاقتصاد، الاسكندرية 1986 الدار الجامعية.
40. د. محمود الوادي وآخرون، الأساس في علم الاقتصاد (عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع،2007).
41. د. محمود جاسم الصميدعي ود. ردينة عثمان يوسف،مدخل في الاقتصاد الاداري، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان 2003
42. د. موفق علي الخليل وآخرون، مبادئ الاقتصاد (الموصل: دار الكتب للطباعة والنشر، 1991).
43. د. نزار سعد الدين العيسى ود. إبراهيم سليمان قطف، الاقتصاد الكلي - مبادئ وتطبيقات، الطبعة الأولى (عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع،2006).
44. د. نعمة الله نجيب إبراهيم وآخرون، مقدمة في علم الاقتصاد (الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة،1982).
45. د. نعمة الله نجيب إبراهيم، النظرية الاقتصادية- الاقتصاد التحليلي الوحدوي (الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة،1984).
46. د. هاشم علوان السامرائي، النظرية الاقتصادية- التحليل الجزئي،الطبعة الثانية (بغداد: مطبعة شفيق،1972).
47. د. هيثم عبدالقادر الجنابي، اساسيات علم الاقتصاد الكلي (بغداد، دار الكتب العلمية للطباعة والنشر، 2010).
48. د.محمد خليل برعي، مبادئ الاقتصاد (القاهرة: مكتبة نهضة الشرق،1985).
49. د.محمد طاقة واخرون، اساسيات علم الاقتصاد (الجزئي والكلي) (الاردن،دار اثراء للنشر والتوزيع، 2008)
50. د.محمد محمود النصر، د.عبد الله محمد شامية،مبادئ الاقتصاد الجزئي، المملكة الاردنية الهاشمية، دار الامل للنشر والتوزيع،ط1989،1.

51. د. صالح الخصاونة مبادئ الاقتصاد الكلى تاريخ النشر: 2000/01/01.
52. داوود، د. إبراهيم أحمد، محاضرات في الاقتصاد الجـزئي، 1984 المؤسسـة الوطنيـة للكتاب
53. دمحمد، د. محمد يونس، أساسيات علم الاقتصاد 1985، الدار الجامعية.
54. طاهر حيدر حردان،مبادئ الاقتصاد (عمان: دار المستقبل للنشر والتوزيع،1997).
55. فالأند د. جاسن السكأن والاقتصاد العالمي في القرن العشرين ترجمة احمد سـعيد، القاهرة 1988 دار نهضة مصر.
56. فواز جارالـلـه نايف و قيدار حسن أحمد، التحليل الاقتصادي الجـزئي، دار الكتـب للنشر والطباعة- جامعة الموصل- جمهورية العراق- 1987.

المراجع باللغة الانجليزية

57. Dominick Salvatore, Microeconomics Theory and applications, New York, Oxford University Press, Fourth Edition, 2003.
58. H.L.Ahuja,Advanced Economic Theory (Microeconomic Analysis),Rajendra Ravindra printers ,New Delhi ,14Ed,2004.
59. N. Gregory Mankiw, Principles of Economics, 5th edition. South-western Cengage Learning; 2011.
60. Dominick Salvatore, Microeconomics Theory and applications, New York, Oxford University Press, Fourth Edition, 2003.
61. H.L.Ahuja,Advanced Economic Theory (Macroeconomic Analysis),Rajendra Ravindra printers ,New Delhi ,14Ed,2004.
62. Hal R. Varian, Intermediate Macroeconomics A Modern Approach, W. W. Norton & Company • New York • London, Eighth Edition,2010.
63. Samuelson, P. (1938),A note on the pure theory of consumer's behavior, Economica, vol.5 (17), pp. 61-71.

64. Samuelson, P. (1948),Consumption theory in terms of revealed preference, Economica, vol.15 (60), pp. 243-253

65. Alferd Marshal, Principles of Ecomonics, Macmillam& Coltd London, 1959.

66. Lipsey& Chrystal, An Introduction to positive Economics, Oxford University Press, 1995.

67. Richad H. Leftwich, An Introduction to Economics Thinking, Holt, Rinehart and Wiston, November, 1968/

68. William J. Baumol& Alan S. Blinder, Economics Principles and Policy, eighth edition, Haurcourt Colleage Publishers, 2001

69. .Marshall, Alfred, Principles of Economics, Macmillan and Co., 1890.

المحتويات

الفصل الثالث

الفصل الرابع

الفصل الخامس

الفصل السادس